

**CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A OFRECER SERVICIO DE HOSPEDAJE
A ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN MONTERÍA - CÓRDOBA**



AUTORES:

BEATRIZ ASTRID TÁMARA PETRO

KIRA MARIA AYAZO VELÁSQUEZ

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MONTERÍA - CÓRDOBA

2019

**CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A OFRECER SERVICIO DE HOSPEDAJE
A ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN MONTERÍA - CÓRDOBA**



AUTORES:

BEATRIZ ASTRID TÁMARA PETRO

KIRA MARIA AYAZO VELÁSQUEZ

Trabajo de grado como requisito para obtener el título de Administrador en Finanzas y

Negocios Internacionales

DIRECTOR:

M G. LUIS FERNANDO ALFONZO GARZÓN

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

MONTERÍA – CÓRDOBA

2019

Constancia de Aprobación de Tutores

NOTAS DE ACEPTACIÓN

COMENTARIOS

Asesor

Jurado

Jurado

Montería 2019- Córdoba

Dedicatoria

Le dedico la realización de este proyecto a mis padres: Iris Petro y José Támara, quienes estuvieron a mi lado apoyándome durante mi proceso de formación académica apoyándome y guiándome. También a mis hermanos, José Miguel, María Isabel, Jesús y Luis Felipe, por estar siempre conmigo siendo parte de mi motivación.

Les agradezco no sólo por su compañía y motivación, sino también por enseñarme que todo lo que se planea, aunque parezca complicado, se puede llevar a cabo con la ayuda de Dios, superando obstáculos y aprendiendo de las situaciones difíciles.

Beatriz Astrid Támara Petro

Este proyecto se lo dedico a Dios, por regalarme salud y derramar en mi sabiduría para lograr culminar una carrera profesional; a mi padre (QPD) Florencio y mi madre Amparo quienes me inculcaron valores para ser una persona íntegra. También le dedico a mi hermana Amparo, la cual me inculco la importancia de no desfallecer antes las adversidades que se le presentan en el transcurrir de los semestres, y por ultimo a mi sobrino Samuel.

Kira María Ayazo Velásquez

Agradecimientos

Le agradezco, en primer lugar, a Dios por permitirme culminar este proceso y lograr obtener un título de Formación profesional.

De igual manera, agradezco a mis padres y a mis hermanos, ya que a través de su colaboración me ayudaron mucho a través de su respaldo y afecto. Al asesor de este proyecto: profesos Luis Alfonso, por compartir sus conocimientos y enseñanzas en la guía de este. A mi compañera y amiga Kira Ayazo, no solo por su colaboración durante este proceso, sino también por su amistad y apoyo motivacional. Y a las demás personas que, de una u otra forma, Dios permitió que me apoyaran en el transcurso de esta etapa de formación.

Beatriz Astrid Támara Petro

En primer lugar, le doy gracias a Dios, quien me permitió culminar los objetivos trazados hace cinco años. En segundo lugar, me siento agradecida con la Universidad de Córdoba por brindarme excelentes académicos que comparten sus conocimientos para el logro de una educación integral.

En tercer lugar, agradezco a mi amiga y compañera de proyecto Beatriz, por su comprensión, compromiso y esmero; y seguidamente el mayor reconocimiento a nuestro asesor Luis Fernando Alfonso Garzón, quien compartió sus conocimientos y experiencias; y mediante las indicaciones impartidas nos guio para la realización de este proyecto.

Kira María Ayazo Velásquez

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	12
2. Resumen ejecutivo	15
3. Referente teórico y conceptual	16
3.1. Sector de servicios.....	16
3.1.2. Creación de Empresas	17
3.2. Referente conceptual	19
4. Estudio de mercadeo	21
4.1 Servicio.....	21
4.2. Usuario final.....	23
4.3. Delimitación del área geográfica.....	25
4.4. Análisis de demanda.....	26
4.4.1. Cálculo del tamaño de la muestra.....	26
4.4.2. Cuestionario.....	27
4.4.3. Análisis de resultados.....	30
4.4.4. Estimación de la demanda.....	42
4.4.5. Proyección de la demanda.....	44
4.5. Estimación de la oferta	45
4.6. Determinación del tipo de demanda	47
4.7. Análisis de precios.....	49
4.8. Canales de comercialización	50
4.9. Estrategia publicitaria.....	51
5. Módulo Técnico	51
5.1. Tamaño de producción	51
5.2. Localización.....	52
5.2.1. Estudio de localización a nivel Macro.....	52
5.2.2. Estudio de localización a nivel Micro.....	54
5.3. Distribución en planta	56
5.4. Proceso de prestación del servicio.....	60
6. Estudio organizacional	61
6.1. Naturaleza jurídica	61

6.2. Misión.....	62
6.3. Visión	62
6.4. Organigrama.....	62
6.5. Manual de funciones	64
6.6. Imagen corporativa.....	70
7. Módulo de Impacto social, económico y ambiental	70
8. Módulo financiero	73
8.1. Inversiones	73
8.2. Distribución de costos	82
8.3. Punto de equilibrio	83
8.4. Capital de trabajo.....	84
8.5. Flujo neto de inversión	87
8.6. Proyecciones Financieras	91
8.7. Flujo neto de operación	91
8.8. Flujo Neto del Proyecto.....	92
8.9. Valor Presente Neto (VPN)	92
8.10. Tasa Interna de Retorno (TIR)	93
8.11. Relación Beneficio/Costo R B/C.....	94
9. Fuentes de financiación	97
10. Conclusiones	98
11. Recomendaciones	100
12. Referencias bibliográficas	101
13. Anexos.....	104
13. 1. Reglamento interno de trabajo.....	104
13.2. Cotizaciones	140
13.3. Empresas oferentes.....	148
13.4. Sobrecostos.....	149

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Pregunta 1 del cuestionario-----	31
Tabla 2. Pregunta N° del cuestionario-----	32
Tabla 3. Pregunta N° 3 del cuestionario -----	33
Tabla 4. Pregunta N° 4 del cuestionario -----	34
Tabla 5. Pregunta N° 5 del cuestionario -----	35
Tabla 6. Pregunta N° 6 del Cuestionario-----	36
Tabla 7. Pregunta N° 7 del Cuestionario-----	37
Tabla 8. Pregunta N° 8 del Cuestionario-----	38
Tabla 9. Pregunta N° 9 del Cuestionario-----	39
Tabla 10. Pregunta N° 10 del Cuestionario-----	40
Tabla 11. Pregunta N° 11 del Cuestionario-----	41
Tabla 12. Demanda del servicio de Hospedaje-----	44
Tabla 13. Proyección de la demanda Actual -----	45
Tabla 14. Empresas Referentes para el Análisis de la oferta-----	46
Tabla 15. Proyecciones de la oferta actual-----	47
Tabla 16. Determinación del tipo de Demanda -----	48
Tabla 17. Análisis de precios -----	49
Tabla 18. Cantidad de Servicio-----	51
Tabla 19. Macrolocalización-----	53
Tabla 20. Alternativa de Microlocalización -----	55
Tabla 21. Manual de funciones para el cargo de gerente -----	64
Tabla 22. Manual de funciones para el cargo del contador -----	65
Tabla 23. Manual de funciones para el cargo de camarera -----	67
Tabla 24. Manual de funciones para el cargo de secretaria -----	67

Tabla 25. Manual de funciones para el cargo de recepcionista -----	69
Tabla 26. Inversiones en maquinaria y equipo -----	73
Tabla 27. Inversiones en herramientas -----	74
Tabla 28. Muebles y enseres y equipos de oficina -----	75
Tabla 29. Inversiones en activos intangibles -----	76
Tabla 30. Costo de mano de obra -----	76
Tabla 31. Costo de insumo del primer año de operación -----	77
Tabla 32. Servicios del primer año de operación -----	78
Tabla 33. Gastos por depreciación -----	79
Tabla 34. remuneración del personal administrativo -----	80
Tabla 35. Otros gastos administrativos -----	81
Tabla 36. Total gastos de venta -----	81
Tabla 37. Amortización de gastos diferidos -----	82
Tabla 38. Distribución de los costos -----	82
Tabla 39. Punto de equilibrio -----	83
Tabla 40. Capital de trabajo -----	84
Tabla 41. Programa de inversión fija del proyecto -----	85
Tabla 42. Inversión en capital de trabajo -----	85
Tabla 43. Programa de inversión -----	86
Tabla 44. Valor residual del activo -----	86
Tabla 45. Flujo neto de inversión -----	87
Tabla 46. presupuesto de venta -----	88
Tabla 47. Ventas proyectadas -----	88
Tabla 48. Presupuesto de costo de producción -----	89
Tabla 49. Presupuesto de gastos de administración -----	90
Tabla 50. Presupuesto de gastos de venta -----	90

Tabla 51. Presupuesto de costos operacionales ----- 91

Tabla 52. Flujo neto de operación----- 91

Tabla 53. Flujo neto del proyecto ----- 92

Tabla 54. VPN ----- 92

Tabla 55. TIR----- 93

Tabla 56. RB/C----- 94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa del municipio de Montería.	25
Figura 2. Pregunta N° 1 del Cuestionario.	31
Figura 3. Pregunta N°2 del Cuestionario.	32
Figura 4. Pregunta N° 3 del Cuestionario.	33
Figura 5. Pregunta N° 4 del cuestionario.	34
Figura 6. Pregunta N° 5 del Cuestionario	35
Figura 7. Pregunta N° 6 del cuestionario.	36
Figura 8. pregunta N° 7 del cuestionario.....	37
Figura 9. Pregunta N° 8 del Cuestionario	38
Figura 10. Pregunta N° 9 del Cuestionario	39
Figura 11. Pregunta N° 10 del Cuestionario	40
Figura 12. Pregunta N° 10 del Cuestionario.	42
Figura 13. Canales de comercialización.....	50
Figura 14. Planta arquitectónica primer piso.	56
Figura 15. Planta arquitectónica segundo y tercer piso.....	57
Figura 16. Entrada del Hotel el Universitario.	58
Figura 17. Panorámica del primer piso	58
Figura 18. Panorámica del segundo y tercer piso.....	59
Figura 19. Proceso del servicio.	60
Figura 20. Organigrama.	63
Figura 21. Imagen corporativa.	70
Figura 22. Balance General.....	95
Figura 23. Estado de Resultados.	96

1. Introducción

La ciudad de Montería, capital del departamento de Córdoba, se encuentra ubicada en la parte noroccidental del país en la región Caribe Colombiana, a orillas del río Sinú, por lo que es conocida como la perla del Sinú y considerada también como la capital Ganadera de Colombia. Tiene densidad poblacional de 146, 52 hab. /km. Su clima es tropical seco.

Montería limita por el norte con los municipios de Cereté, Puerto Escondido y San Pelayo; por el sur con los municipios de Tierralta y Valencia, por el este con los municipios de San Carlos y Planeta Rica, y por el oeste con el departamento de Antioquia y los municipios de Canalete, Valencia y San Carlos.

La localización privilegiada en el centro del extenso y fértil valle del Sinú convierte a Montería en centro agrícola, ganadero, comercial y turístico.

La actividad pecuaria involucra sobre todo la ganadería bovina, de leche, carne y doble propósito. Entre los bovinos, la principal raza es Cebú. El ganado criollo Romo-sinuano y costeño se conserva, estudia y selecciona en la granja de Turipaná, de la Corporación Colombiana de Investigaciones Agropecuarias, Corpoica.

Es una de las principales fuentes económicas de la capital cordobesa, pues se realizan grandes transacciones de ganado de alta selección, tanto en compraventa directas como en instalaciones de exhibición y demostración.

El campo monteriano cosecha en gran escala y de manera mecanizada algodón, arroz, maíz y sorgo, además de los cultivos de subsistencia, en menor escala como fríjol, maíz, ñame, yuca y plátano.

Esta ciudad, debido a su extensión y atractivo turístico, cuenta con muchos hoteles, destinados a brindar hospedaje tanto a habitantes de esta ciudad, como a residentes de otras ciudades, departamentos e incluso de otros países. No obstante, este servicio se brinda con fines generales, descuidando puntos específicos, más claramente una población específica en el mercado: los estudiantes. Cabe resaltar que actualmente en la ciudad hay 18 instituciones de Educación Superior,

Este aspecto merece una atención específica, ya que es una población que comúnmente no cuenta con las capacidades o recursos con que cuenta la sociedad general. Específicamente, el total de estudiantes matriculados en primer y segundo semestre en los niveles de pregrado y posgrado, es de 66.731 de los cuales el 30% promedio (Información suministrada por las Instituciones de Educación Superior) proviene de afuera de Montería, dando una población objetivo de 20.019 estudiantes.

Los datos publicados por el SNIES de las Instituciones de Educación Superior corresponden al año 2018, año base para referenciar el total de la población objeto de estudio.

Por consiguiente, se determina que en la ciudad de Montería se viene presentando una problemática con las personas que estudian en las universidades y que son de otros municipios del departamento y no consiguen con facilidad un lugar donde hospedarse, lo cual los conlleva a incurrir excesivos gastos en pasajes, ya que les tocar viajar diariamente.

Con base en lo mencionado, se infiere que el origen del problema radica en la falta de atención específica hacia la población estudiantil, hacia sus necesidades particulares.

Es evidente que, si lo anterior no se soluciona, muchos de los jóvenes no pueden tener acceso a una educación superior en estos campus, ya que la mayoría son de estrato bajo y no cuentan con los recursos suficientes para desplazarse. Un resultado aún peor, sería el de la estabilidad e incluso incremento de los niveles de deserción estudiantil.

En este contexto, ante lo anterior se propone llevar a cabo un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a ofrecer servicio de hospedaje a estudiantes de Educación Superior, cuyas operaciones incluyan estrategias orientadas hacia la población estudiantil, con la finalidad de brindarle un apoyo a esta en específico.

En el presente estudio de factibilidad, se ha utilizado una metodología de tipo descriptivo, pues a partir de dicho método, se tienen en cuenta aspectos como la especificación de características importantes de las personas o lo que se esté analizando. Esta no sólo se limita a la recolección de datos, sino que busca el establecimiento de relaciones entre variables contenidas en estos.

A partir de este Estudio de Factibilidad, es posible inferir que es una oportunidad de negocio que generará beneficios a la sociedad en general, debido a que este proyecto se enfoca en el apoyo al proceso de formación de estudiantes que se convertirán en profesionales, técnicos o tecnólogos, los cuales serán empleados o emprendedores que generarán más empleos y por lo tanto podrán contribuir con el crecimiento económico de la ciudad de Montería e incluso, del país.

2. Resumen ejecutivo

Empresa: El Universitario S. A. S.

Ubicación: Montería (Urbanización San Francisco) Córdoba

Oportunidad de negocio: ofrecer una estadía óptima a estudiantes que desean tener un lugar tranquilo para el descanso y la concentración para llevar cabo la realización de sus sueños profesionales.

Competidores: Los principales competidores son las pensiones.

Producto: servicio de hospedaje

Precio: \$350.000 – \$ 270.000 - \$ 200.000

Presupuesto de la inversión: \$ 134.926.937

Rentabilidad: La TIR del plan de negocio es del 51%

Palabras claves: Servicio - Estudiantes universitarios - Hotel – Habitación.

Keywords: Service - University students – Hotel - Room

3. Referente teórico y conceptual

3.1. Sector de servicios

Una de las definiciones más utilizada y mencionada es la de Hill (1977), él define los servicios como un cambio en la condición de una persona o un bien perteneciente a una unidad económica como resultado de la actividad de otra unidad económica, previa aprobación de la primera persona o unidad económica.

Algunos autores han discutido acerca de la productividad o improductividad del sector servicios; opuesto a tales afirmaciones, John Stuart Mill (1806-1873), señaló que el trabajo de ciertas actividades de servicios no puede ser estigmatizado de improductivo. Él discutió diversas formas de utilidad y propuso tres tipos de utilidad de los servicios: la primera se refiere a la que es incorporada en los objetos; la segunda es la que se encuentra incorporada en los seres humanos, esto es, cierta clase de habilidades que les son útiles a ellos y a otros como pueden ser los clérigos, físicos, maestros, etc. En la tercera categoría clasificó ciertos tipos de servicios personales como los músicos, actores, así como también los servicios públicos, el ejército, legisladores, jueces y otros agentes del gobierno.

Particularmente, en Colombia el sector servicios ha tomado gran importancia en la economía nacional y esto ha dado lugar a que el PIB haya aumentado durante los últimos años; esto se evidencia a través de información reportada por el DANE en la cual se afirma que para el tercer trimestre del año 2.019, el sector servicios se destaca como una de las principales actividades contribuyente en el incremento del Producto Interno Bruto, pues lo referente a alojamiento y servicio de comida tuvo una participación del 5,9%.

Estableciendo una comparación con el año anterior, para finales del mismo, se evidencia que el PIB creció y uno de los principales sectores que contribuyeron a ello fue el de servicios de alojamiento y comidas, con un registro de 4,9%.

3.1.2. Creación de Empresas

El fenómeno de la creación de empresas, también denominado por el término anglosajón entrepreneurship, es un área de creciente desarrollo en el campo de la investigación científica. El interés académico en torno a la creación de empresas se basa en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio-productivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevos puestos de trabajo (Kantis et al., 2002).

Un proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. (Baca Urbina, 2001).

Según el libro “Evaluación de Proyectos de Inversión”, el autor afirma que: “La valuación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable”

En cuanto al desarrollo de un proyecto, el autor Marco Elías Contreras, afirma que son varias etapas, la primera corresponde a los estudios previos que deben realizarse y son los siguientes:

Estudio de Mercado: se definen las características de la demanda y la oferta del bien o servicio que se vaya a producir o proporcionar mediante el proyecto; en términos de

mercadotecnia suele denominarse como la caracterización del nicho de mercado del proyecto. Se analizan meticulosamente los precios vigentes en el mercado, y se estudia la competencia interna y externa, incluyendo el comportamiento de bienes o servicios complementarios y sustitutos.

“El estudio de mercado de un proyecto debe permitir establecer las cantidades de un bien o un servicio que la comunidad de un país, región o zona geográfica estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esto exige la definición de las características de producto, el conocimiento detallado del usuario o consumidor, la estimación del comportamiento futuro de la demanda y de la oferta, el análisis de los precios y de las estrategias de comercialización y el estudio de mercado de insumos.” (Contreras, 1999, p. 99)

Posterior al estudio de mercado, la factibilidad del proyecto de empresa debe estructurar el Estudio Técnico, que determine la factibilidad técnica y en qué forma se llevará a cabo, el cual según Contreras (1999) involucra conceptos como: “tamaño, localización, procesos de producción, infraestructura física y distribución en planta. Además, incluye los aspectos administrativos básicos y valoración económica de las anteriores variables, tanto para la inversión física como para la operación del proyecto”. (Contreras, 1999, p. 239).

Seguidamente, el Estudio Financiero convierte los elementos obtenidos en los estudios de mercado y técnico en valores monetarios “para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y operación y confrontar los ingresos esperados con los egresos, para pronosticar los resultados de la operación que se va a emprender” (Contreras, 1999, p. 347). En este estudio también se define la forma

de financiación de las inversiones requeridas.

3.2. Referente conceptual

Hospedaje: Este vocablo proviene de la palabra hospedar, y significa el recibimiento de personas (huéspedes) en la casa, en un hotel, en una posada, etc. Igualmente, este término está relacionado con el turismo ya que hace referencia a la entrada de manera individual o grupal de personas a un hotel o posada a cambio de una tarifa específica.

Comodidad: La comodidad alude a un conjunto de circunstancias que rodean a un ser vivo que hacen que su vida le resulte confortable y placentera, aunque no necesariamente lujosa, sino más bien en lo relativo a la posibilidad de un desplazamiento, descanso y/o desarrollo, plenos.

Hotel: La palabra hotel se derivó de la expresión latina “hospitalis domus” que se traduce como “casa de huéspedes”, pues “hospes” es “huésped” y “domus”, “casa”. Pasó al francés como “hôtel”, utilizada para nombrar a los lugares destinados a hospedaje, desde el siglo XVIII; y de allí fue tomada por el español. Es una palabra internacional, ya que es igual en todos los idiomas.

Huésped: Según Julián Pérez Porto y María Merino, “es la denominación dada al cliente que paga por utilizar las instalaciones de un hotel, un hostel, una posada, un albergue turístico, etc. El sujeto abona una determinada tarifa para alojarse en el lugar y hacer uso de diversos servicios (baño, restaurante u otros)”.

Estudiante: Según Julián Pérez Porto, “La palabra estudiante suele ser utilizada como sinónimo de alumno. Este concepto hace referencia a aquellos individuos que aprenden de otras personas. El término alumno proviene del latín *alumnum*, que a su vez deriva de *alere* (“alimentar”)”.

Emprender. La real academia española define emprender como: “Del latín, en, y *prendere*, coger. Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro” (Diccionario de la Lengua Española, 2007).

Financiamiento: “El financiamiento viene siendo el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios” Gitman (1996):

Análisis de mercado. Según Malhotra, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor"

Plan de negocio: Se puede definir como un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto. Además, puede servir de tarjeta de presentación ante entidades financieras, instituciones o posibles socios.

Servicios: Según Philip Kotler: "Cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra y que, en esencia, es intangible y no da lugar a la propiedad de nada"

Mercado: Según Francisco Gómez Rondón: "Un conjunto de personas, o entidades, con deseos de satisfacer alguna necesidad, con dinero suficiente y ganas de gastarlo".

4. Estudio de mercadeo

4.1 Servicio

HOTEL EL UNIVERSITARIO S.A.S brindará un servicio de hospedaje a la población estudiantil universitaria en la ciudad de Montería, beneficiando así a los estudiantes tanto de pregrado como posgrado del departamento, los cuales requieren del traslado desde otros municipios para recibir sus clases.

La labor se basa en centrar la atención en una población que no se le ha atendido específicamente. En este contexto, a la hora de prestar el servicio se tendrán en cuenta factores importantes y, tal vez limitantes a la hora de esta segmentación de mercado, acceder al servicio, tales como el precio, la ubicación, servicios adicionales y que se enfocan en apoyar la estadía de los clientes en el lugar.

En este orden de ideas, el servicio está orientado a brindar una solución al problema de hospedaje, centralizado en apoyar el proceso de formación académica del departamento.

Cabe destacar que, en el caso de la competencia, hay muchos hoteles en Montería que podrían ser una opción para la clientela hacia la cual se enfoca el servicio. Sin embargo, los factores mencionados podrían ser un punto de referencia en el cual se base la elección del servicio que se prestará.

Asimismo, las casas o denominadas pensiones, dedicadas a ofrecer un similar servicio hacen parte del conjunto de opciones por la cuales podría optar la demanda objeto en el caso de satisfacer las necesidades de alojamiento.

Básicamente, el servicio se prestará teniendo en cuenta la atención de factores que la competencia no ha atendido puntualmente y que representan el punto clave como base de acceso de los clientes al servicio.

En referencia al precio, este será determinado dependiendo de la manera en la cual los usuarios elijan la habitación en lo que se hospedaran. Esto se refiere a que las habitaciones pueden ser individuales o compartidas; de este modo, los precios que deben pagarse son; \$350.000 por habitación individual; de \$270.000 por habitación compartida en la que se hospedan 2 personas, y de \$ 200.000 por habitación compartida en la que se hospedan 3 personas.

Con respecto a la publicidad, se dará a conocer las operaciones del hotel a través de las redes sociales, pues tomando como base los resultados de las encuestas, se ha determinado que este es el medio más utilizado para las personas buscar los lugares que ofrezcan servicio de hospedaje.

Además, se utilizarán folletos, que serán elaborados con el fin de distribuirlos entre los estudiantes de educación superior de la ciudad de Montería, para dar a conocer el funcionamiento del hotel y así poder atraer más clientes.

En cuanto a la promoción se le ofrecería a los clientes la oportunidad de acceder a un descuento del 10% por pago anticipado de servicio y, los clientes podrían tener un descuento de igual manera del 10% por recomendar el hotel a otras personas y colaborando con el proceso de que estas opten de demandar el servicio.

En lo que se refiere a la plaza, esta será el lugar donde estará ubicado el hotel, pues está cerca de la principal vía de acceso a la ciudad y se encuentra cuatro universidades y un centro comercial a distancias cortas.

Para la segmentación del mercado, la atención se concentra en estudiantes de educación superior de la ciudad de Montería y, que viven en otra ciudad y requieren de traslado y para más comodidad, del acceso de servicio de hospedaje

4.2. Usuario final

HOTEL EL UNIVERSITARIO S.A.S, ofrecerá servicios de hospedaje a personas que realizan estudios de pregrado y posgrado, y que se les hace necesario buscar un lugar para alojarse, ya que residen en lugares lejanos a Montería.

En este orden de ideas, el cálculo de la de la demanda se ha iniciado con la población correspondiente al número de estudiantes de Educación Superior matriculados en la ciudad de Montería, que es de 39.312. Esta información se ha tomado de la página de la SNIES para el año 2018, el cual fue el último informe presentado por dicha plataforma.

El servicio consiste en ofrecer cupo de habitaciones para una dos y tres personas, esto pensando en la economía y gustos de los estudiantes.

Habitación para una persona:

Cama sencilla

Closet

Ventilador

Televisor

Wi-fy

Habitación para dos personas:

1 camarote

Closet

Ventilador

Televisor

Wi-fy

Habitación para tres personas:

1 camarote y 1 cama sencilla

Closet

Ventilador

Televisor

Wi-fy.

Cabe anotar que, debido a que la mayoría de los estudiantes suelen pasar el día en la universidad, en el hotel no se ofrecerá alimentación de manera directa. No obstante, se le brindaría guía en cuanto a ponerse en contacto con personal experto en servicio de alimentación, lavado de ropa y planchado, y papelería. Contaremos con una cocina en la planta del primer piso en la cual el huésped que desee puede preparar sus alimentos.

4.3. Delimitación del área geográfica

Los consumidores del servicio de hospedaje prestado por el HOTEL EL UNIVERSITARIO S.A.S se encuentran situados en el departamento de Córdoba – Colombia, específicamente a personas Básicamente se trata de enfocar el servicio hacia la población estudiantil cuyo proceso de formación académica superior, lo estén recibiendo en la ciudad de Montería, pero su lugar de residencia no es en este lugar, por lo cual se le brinda la oportunidad de acceder a un servicio cuyas operaciones se ajusten a la situación de los clientes.



Figura 1. Mapa del municipio de Montería. Elaboración: Mapdata 2019

4.4. Análisis de demanda

4.4.1. Cálculo del tamaño de la muestra.

Población objetivo: 39.312 (Estudiantes de Educación Superior en la ciudad de Montería).

El tipo de muestra utilizado es el muestreo aleatorio simple. A partir de este se ha tomado una muestra de la población al cual se le ha realizado las encuestas.

$$n = \frac{z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + z^2 PQ}$$

Donde:

N= Tamaño de la población = 39.312 personas (SNIES, 2018)

Z= Variable de confianza = (1,96)

P = Probabilidad de éxito = (0,5)

Q= Probabilidad de fracaso = (0,05)

E= Margen de error = (0,05)

Reemplazando tenemos:

$$q = \frac{(1,96)^2(39.312)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(39.312 - 1) + (1,96)(0,5)(0,5)}$$

n = 384 encuestas

4.4.2. Cuestionario.

El instrumento para recolección de información, será la encuesta. La cantidad a aplicar es de 384. A partir de estas se ha realizado una serie de preguntas referentes al servicio de hospedaje y se han tomado los resultados como base para determinar aspectos de gran relevancia a la hora de desarrollar el proyecto

Encuesta

Los siguientes interrogantes serán con el fin de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que se dedicará a ofrecer servicio de hospedaje a estudiantes universitarios de pregrado y posgrado en el municipio de Montería - Córdoba

NOMBRES Y APELLIDOS: _____

DIRECCIÓN: _____

Preguntas

1. ¿Demanda usted el servicio de hospedaje en la ciudad de Montería por motivo de estudio?

☐ No

☐ Si

2. Si la respuesta a la pregunta anterior fue positiva ¿Con qué frecuencia utiliza usted este servicio en el año?

☐ Cuatrimestral

☐ Semestralmente

3. ¿En qué lugar suele hospedarse con más frecuencia?

- ☐ Pensión
- ☐ Hotel
- ☐ Apartamento
- ☐ Casa de un amigo

4. ¿Le gustaría tener acceso a un servicio de hospedaje dirigido exclusivamente a estudiantes?

- ☐ No
- ☐ Si

5. ¿Cuáles serían los factores determinantes a la hora de elegir dónde hospedarse?

- ☐ Comodidad
- ☐ Calidad
- ☐ Precio
- ☐ Ubicación

6. ¿A través de qué medio se enteraría de oferta de hospedaje?

- ☐ Redes sociales
- ☐ Radio
- ☐ Televisión
- ☐ Bienestar universitario

7. ¿Cuánta paga, mensualmente, por la demanda de este servicio?

Entre \$ 400.000 y \$ 600.000

Entre \$ 600.000 y \$ 800.000

Entre \$ 800.000 y \$ 1'000.000

8. ¿Qué servicio adicional le gustaría que se incluyera en la prestación del servicio en cuestión?

- ☐ Restaurante
- ☐ Papelería
- ☐ Aire acondicionado
- ☐ Lavado y planchado de ropa
- ☐ Televisión

9. ¿Cuál considera usted sería la mejor ubicación del hotel?

- ☐ Mocarí
- ☐ San Francisco
- ☐ La castellana
- ☐ Garzones

10. ¿Qué tiempo utilizaría el servicio al semestre?

- ☐ 4 meses
- ☐ 5 meses
- ☐ 6 meses

11. De los siguientes paquetes de hospedaje, ¿cuál utilizaría?

- ☐ 1 persona por habitación
- ☐ 2 personas por habitación

- ☐ 3 personas por habitación

Gracias por dedicarnos unos minutos de su tiempo a responder esta encuesta.

4.4.3. Análisis de resultados.

- 1. ¿Demanda usted el servicio de hospedaje en la ciudad de Montería?**

Tabla 1***Pregunta 1 del cuestionario***

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
SI	269	70%
NO	115	30%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 2. Pregunta N° 1 del Cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 1. Según los resultados, se evidencia que el 70 % de la población encuestada demanda el servicio de hospedaje por motivo de estudio en la ciudad de Montería. De esto se puede inferir que es amplia la magnitud del mercado demandante del servicio.

Esto se basa en que gran parte de la población estudiantil de Educación Superior en la ciudad de Montería, no residen en esta ciudad sino en otras que quedan ubicadas a una distancia no tan cercana, por lo cual requieren del traslado y para evitarlo, se hospedan en Montería, específicamente en lugares cercanos a los centros educativos.

2. Si la respuesta a la pregunta anterior fue positiva, ¿Con qué frecuencia utiliza usted este servicio en el año?

Tabla 2

Pregunta N° 2 del cuestionario

RESPUESTA	#PERSONAS	%
Cuatrimstralmente	215	80%
Semestralmente	54	20%
TOTALES	269	100%

Fuente: Elaboración propia

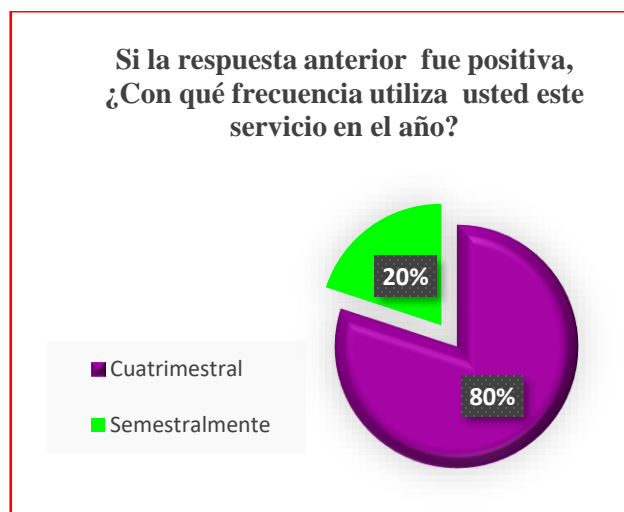


Figura 3. Pregunta N°2 del Cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 2. A partir de esto, se puede inferir que la mayor parte de los encuestados demanda el servicio mensualmente, con un porcentaje del 74%, seguido de la utilización por semestres con un porcentaje del 15% y quincenal y una vez por semana con porcentajes del 8 y 2%, respectivamente.

3. ¿En qué lugar suele hospedarse con más frecuencia?

Tabla 3**Pregunta N° 3 del cuestionario**

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
Pensión	227	60%
Hotel	42	11%
Apartamento	33	8%
Casa de un familiar	82	21%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia

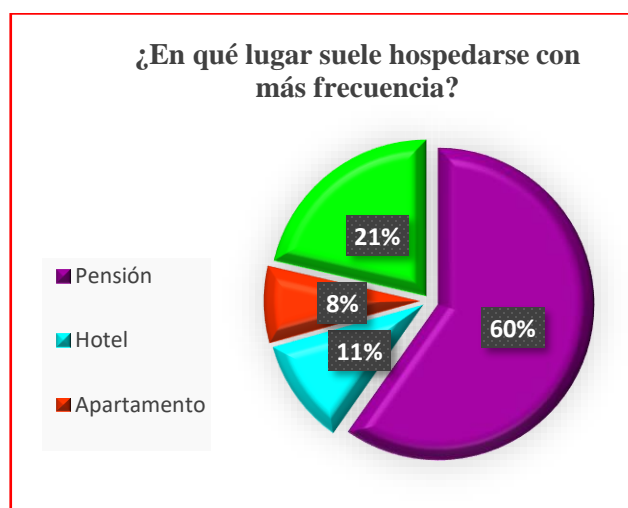


Figura 4. Pregunta N° 3 del Cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 3. Según los resultados obtenidos, un mayor porcentaje de estudiantes se hospeda en pensiones, lo cual corresponde a un 60%, seguido de casa de un familiar, con un porcentaje de 21%

De esto se deduce que hay un gran porcentaje de demandantes que podrían utilizar el servicio, debido a la similitud con estos tipos de lugares que poseería el hotel.

4. ¿Le gustaría tener acceso a un servicio de hospedaje dirigido exclusivamente a estudiantes?

Tabla 4

Pregunta N° 4 del cuestionario

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
SI	377	98%
NO	7	2%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia

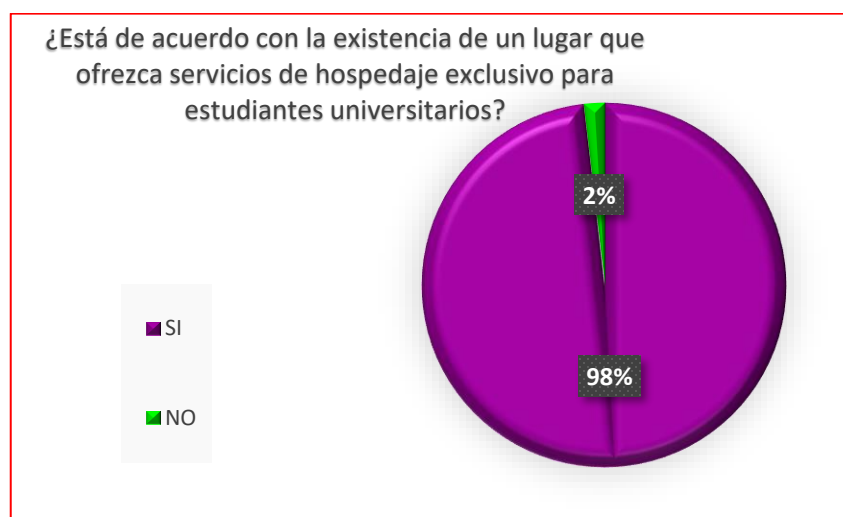


Figura 5. Pregunta N° 4 del cuestionario. Fuente: Elaboración propia.

Análisis pregunta 4. De estos resultados se observa que es mayor el porcentaje de estudiantes de Educación Superior, que está de acuerdo con la existencia de un hotel cuyo servicio de hospedaje, sea dirigido directamente a la población estudiantil. Ante esto, se puede afirmar que esa parte de encuestados podría utilizar el servicio, el cual corresponde al 98%, con tan solo una parte que minoritaria que no está de acuerdo, que es del 2%.

5. ¿Cuáles serían los factores determinantes a la hora de elegir dónde hospedarse?

Tabla 5**Pregunta N° 5 del cuestionario**

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
Comodidad	95	25%
Calidad	31	8%
Precio	14	4%
Ubicación	244	64%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia

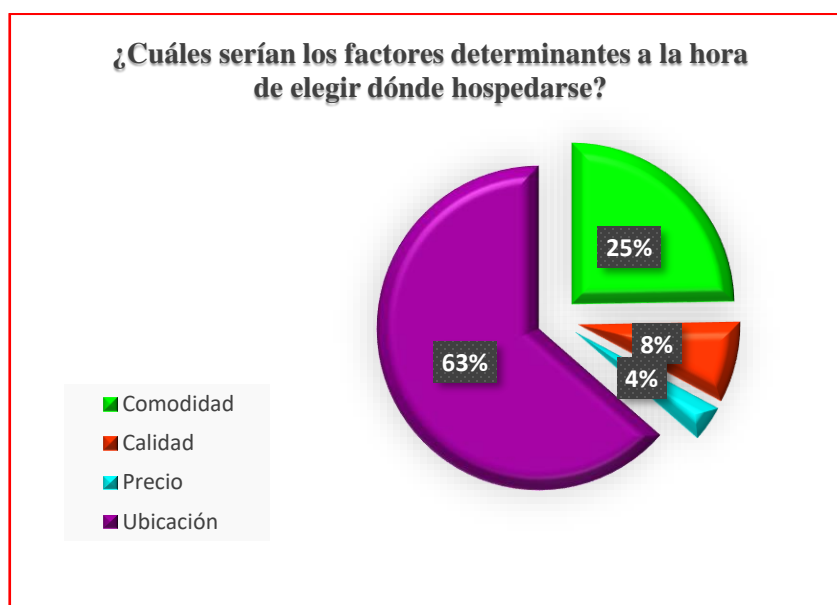


Figura 6. Pregunta N° 5 del Cuestionario Fuente: Elaboración propia.

Análisis pregunta 5. De dichos resultados se evidencia que la mayor parte de la población encuestada, elige el lugar de hospedaje basándose en la ubicación, pues el porcentaje de respuestas centradas en este factor, fue del 64%. Luego, con un porcentaje del 25% respondieron que su elección se basa en la comodidad y el 8 y 4%, dijo que calidad y el precio, respectivamente.

6. ¿A través de qué medio se entera de oferta de hospedaje

Tabla 6**Pregunta N° 6 del cuestionario**

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
<i>Redes sociales</i>	<i>310</i>	<i>81%</i>
<i>Radio</i>	<i>14</i>	<i>4%</i>
<i>Televisión</i>	<i>8</i>	<i>2%</i>
<i>Bienestar universitario</i>	<i>52</i>	<i>14%</i>
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia

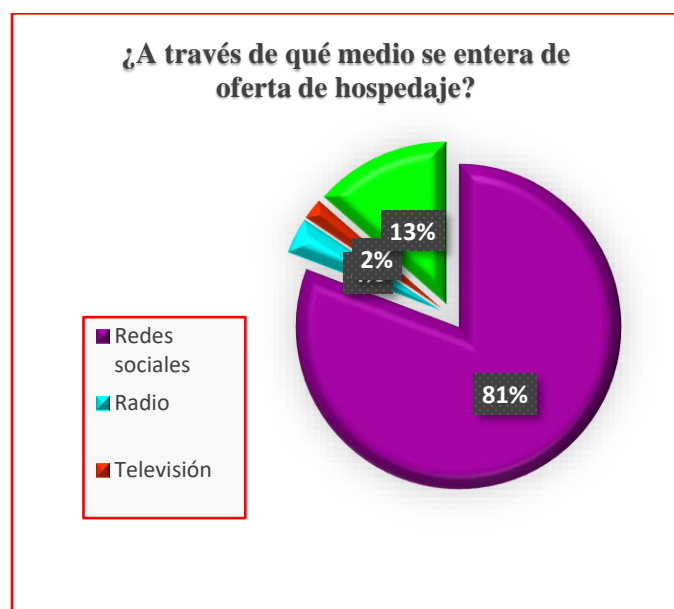


Figura 7. Pregunta N° 6 del cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 6. Esta información muestra que las personas utilizan las redes sociales como medio preferente para buscar y elegir los lugares en los cuales hospedarse, ya que un 81% seleccionó esta opción. Por lo tanto, este sería un buen medio para la promoción del servicio que se pretende ofrecer.

Seguidamente, una cantidad del 14% dijo que a través de bienestar universitario, 4% por la radio y 2% por medio de la televisión.

7. ¿Cuánta paga, mensualmente, por la demanda de este servicio?

Tabla 7

Pregunta N° 7 del cuestionario

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
Entre \$ 400.000 y \$ 600.000	318	83%
Entre \$ 600.000 y \$ 800.000	63	16%
Entre \$ 800.000 y \$ 1'000.000	3	1%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 8. pregunta N° 7 del cuestionario. Fuente: Elaboración propia.

Análisis pregunta 7. Con base en estos resultados, la mayor cantidad de estudiantes paga una suma de dinero que oscila entre \$400.000 y \$600.000; específicamente, el porcentaje corresponde al 83%. Esto quiere decir que, si se lleva a cabo el proyecto de creación de un hotel cuyo servicio se dirigido a estudiantes de Educación Superior, se debe fijar un precio correspondiente a dicha escala, pues habría más posibilidad de demanda.

8. ¿Qué servicio adicional le gustaría que se incluyera en la prestación del servicio en cuestión?

Tabla 8**Pregunta N° 8 del Cuestionario**

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
Restaurante	78	20%
Papelería	213	56%
Aire acondicionado	14	4%
lavado y planchado	75	20%
Televisión	4	1%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia

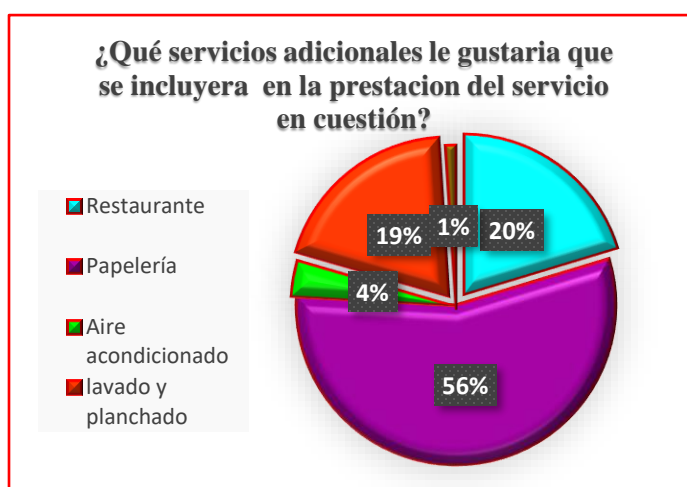


Figura 9. Pregunta N° 8 del Cuestionario Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 8. A partir de estos resultados, se infiere que los encuestados prefieren que, como servicio adicional al hospedaje, se incluya el de papelería. La veracidad de lo expuesto se refleja en que esta fue la respuesta del 56%, mostrando ser mayoría. Seguido por el 20% que fue igual para la opción de restaurante y lavado y planchado. Por último, el 4% demostró que aire acondicionado y el 1% seleccionó que la televisión.

En este sentido, se puede apreciar que es muy positiva y bien aceptada la idea de adicionar un servicio al hospedaje. Esto podría representar una ventaja, pues el nivel de

aceptación mostrado por los servicios ubicados como opción, es alta. En gran medida, el de una papelería.

9. ¿Cuál considera usted sería la mejor ubicación del hotel?

Tabla 9

Pregunta N° 9 del cuestionario

RESPUESTAS A PREGUNTAS	# DE PERSONAS	%
San Francisco	268	70%
Mocari	100	26%
Garzones	16	4%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia.



Figura 10. Pregunta N° 9 del Cuestionario Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 9. De la información obtenida, se puede afirmar que, en mayor medida, el lugar de preferencia para que se ubique el hotel, sería en el barrio San Francisco, con un porcentaje a favor del 70%. De esto se deduce que, si el proyecto se lleva a cabo y el hotel es instalado en este lugar, la demanda sería amplia.

Por su parte, los demás encuestados mostraron que el 26% está de acuerdo con que sea en el barrio Mocarí y el 4% con que se ubique en Garzones.

10. ¿Qué tiempo utilizaría el servicio al semestre?

Tabla 10

Pregunta N° 10 del cuestionario

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
4 Meses	239	62%
5 Meses	69	18%
6 Meses	76	20%
TOTALES	384	100%

Fuente: Elaboración propia

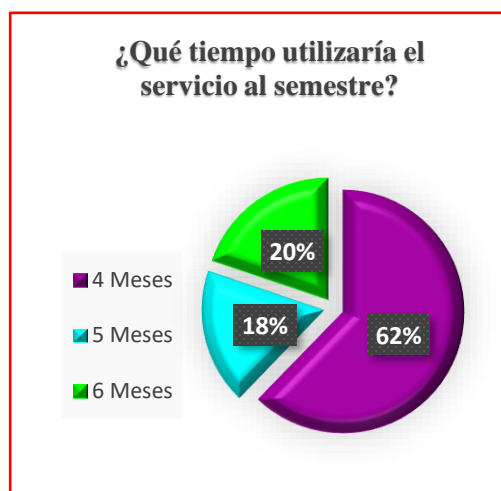


Figura 11. Pregunta N° 10 del Cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 10. Con base en estos resultados, se infiere que la mayor parte de los posibles demandantes en el semestre, utilizaría el servicio por 4 meses. Esto se confirma a través del porcentaje que se mostró a favor de ello, que fue del 62%. A esta cantidad le siguieron el 20 y 18%, demostrando que demandarían el servicio por 5 y 6 meses respectivamente durante cada semestre.

11. De los siguientes paquetes de hospedaje, ¿cuál utilizaría?

Tabla 11

Pregunta N° 11 del cuestionario

RESPUESTAS	# DE PERSONAS	%
1 Persona por habitación	12	12%
2 Personas por habitación	15	15%
3 Personas por habitación	73	73%
TOTALES	100	100%

Fuente: Elaboración propia

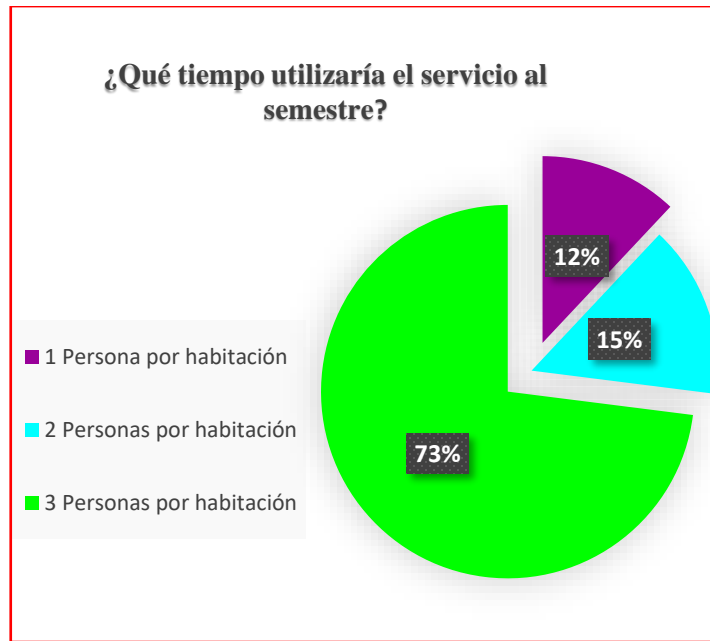


Figura 12. Pregunta N° 10 del Cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Análisis pregunta 11. Según la información de la tabla, se observa que, en mayor medida, las personas preferirían utilizar el servicio compartiendo habitación, ya que el 73% de los encuestados respondió que demandarían un paquete de hospedaje en habitación para 3 personas. Seguido del 15% que dijo que habitación de dos personas y, en menor medida (12%), optó por habitación individual.

4.4.4. Estimación de la demanda.

Posterior a la obtención de los resultados de las encuestas realizadas, cuya cantidad fue de 384 y luego de la realización de un análisis detallado (por preguntas), se pueden tomar dichos resultados como evidencia para afirmar que la mayor parte de los encuestados (70,01%) está de acuerdo con la realización del proyecto y estarían dispuestos a

utilizar el servicio, ya que fueron más quienes respondieron afirmativamente y estarían dispuestos a pagar una determinada cantidad de dinero por dicho servicio.

Asimismo, la mayor parte de esta población ha demostrado preferencia, en mayor medida, por dos de los lugares propuestos para la ubicación del hotel y fue evidente la aceptación de los servicios adicionales que se presentaron como opciones.

En este sentido, se puede inferir que entre los aspectos que inciden en la no demanda de un servicio de hospedaje, podrían destacarse: la baja calidad de prestación del servicio o la falta de un valor agregado que genere un nivel de aceptación y satisfacción en la población estudiantil.

Ahora bien, teniendo en cuenta esta información, se ha procedido a determinar de manera específica la demanda actual. Esto tomando como base el resultado de las encuestas realizadas. De estas, el 70,01% de respuestas fueron positivas, pues los estudiantes dijeron demandar el servicio, y el 29,99% respondió que no.

Posteriormente, se ha procedido a identificar, dentro de la cantidad mencionada de estudiantes, según las encuestas, la proporción que demanda el servicio de hospedaje por motivo de estudio, a través de la siguiente operación:

$$39.312 \times 70.01 \% = 27.522$$

Esto quiere decir que 27.522 es la proporción de estudiantes de Educación Superior en la ciudad de Montería que se hospedan por tal motivo.

Tabla 12***Demanda del servicio de Hospedaje***

PERIODO	PORCENTAJE	FRECUENCIA	TOTALES
SEMESTRAL	60%	2	33.026
CUATRIMESTRAL	40%	3	33.024
	100%		66.050

Fuente: Elaboración propia

De la tabla se observa que el 60% de la posible demanda es de 66.050, lo cual se obtuvo de multiplicar el 60% de la población que demanda el servicio (27.522), cuya cantidad es de 16.513, por la frecuencia (2), que corresponde al número de semestres que tiene un año y luego sumar el resultado el 40% de la población demandante del servicio (27.522), que corresponde a 11.008 personas, por la frecuencia (3), que es el número de cuatrimestres que posee un año.

4.4.5. Proyección de la demanda

Para la proyección la demanda actual se utilizó la siguiente formula

$$DF = Da (1 + i)^n$$

Donde:

Df = Demanda Futura.

Da = Demanda Actual

1 = constante

i = Índice de Crecimiento Poblacional, para Montería (1.42%)

n = año a proyectar

$$DF = DA (1 + i)^n$$

$$DF1 = 66.050 (1 + 0,0142)^1 = 66.998$$

$$DF2 = 66.050 (1 + 0,0142)^2 = 67.939$$

$$DF3 = 66.050 (1 + 0,0142)^3 = 68.904$$

$$DF4 = 66.050 (1 + 0,0142)^4 = 69.882$$

$$DF5 = 66.050 (1 + 0,0142)^5 = 70.875$$

Tabla 13

Proyección de la demanda actual

AÑOS	1	2	3	4	5
DEMANDA FUTURA	66.998	67.939	68.904	69.882	70.875

Fuente: Elaboración propia

4.5. Estimación de la oferta

Después de realizar una inspección a la competencia directa que ofrece el servicio de hospedaje y, principalmente a los estudiantes que se hospedan en dichos lugares, se ha tomado como referente a 10 empresas; las cuales hospedan diferentes cantidades de estudiantes, las cuales oscilan entre 12 y 25 personas.

Este número de empresas ha sido seleccionado debido a que son las más importantes, ya que son más amplias y por tal razón ofrecen el servicio de hospedaje a un mayor número de personas.

En particular estos lugares son casas familiares con instalaciones amplias, lo suficiente como para brindar alojamiento a varias personas.

Por otro parte, las empresas que hacen parte de la competencia, son más pequeñas, en comparación con las que han sido seleccionadas para la estimación de la oferta y realización del análisis de la competencia actual. Por lo tanto, sobre esta razón radica el hecho de que estas brindan a pocos estudiantes, es decir entre 1 y 5 personas.

Seguidamente, se ha tomado cada cantidad de estudiantes que hospedan las empresas de la competencia y se han multiplicado por el número de días que tiene un mes (30) y el resultado obtenido se multiplica por el número de meses que tiene un año (12).

Tabla 14

Empresas Referentes para el Análisis de la oferta

EMPRESAS- PENSIONES	# ESTUDIANTES QUE SE HOSPEDAN		
		MENSUAL	ANUAL
E1	20	12	240
E2	19	12	228
E3	18	12	216
E4	20	12	240
E5	12	12	144
E6	18	12	216
E7	19	12	228
E8	16	12	192
E9	20	12	240
E10	25	12	300
	TOTAL		2244

Fuente: Elaboración propia.

Luego de realizar las operaciones anteriores y calcular la sumatoria de los resultados, el total obtenido fue de 2.244. Dicho valor ha sido tomado para llevarlo a una proyección de 5 años, siguiendo el desarrollo de una fórmula, de la siguiente manera:

$$OF = Oa(1 + i)^n$$

Of = Oferta Futura

Oa = Oferta Actual

1= Constante

I = Índice de crecimiento del sector comercio (7.1%)

n = año a proyectar

$$OF = Oa(1 + i)^n \quad (7.1)$$

$$OF1 = 2.244(1 + 0,071)^1 = 2.403$$

$$OF2 = 2.244 (1 + 0,071)^2 = 2.574$$

$$OF3 = 2.244(1 + 0,071)^3 = 2.757$$

$$OF4 = 2.244(1 + 0,071)^4 = 2.952$$

$$OF5 = 2.244(1 + 0,071)^5 = 3.162$$

Tabla 15

Proyecciones de la oferta actual

AÑOS	1	2	3	4	5
OFERTA FUTURA	2.403	2.574	2.757	2.952	3.162

Fuente: Elaboración propia

4.6. Determinación del tipo de demanda

El tipo de demanda existente resulta de la diferencia de la demanda actual y la oferta actual que para este proyecto es:

Demanda actual – Oferta actual

Tabla 16

Determinación del tipo de demanda

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA FUTURA	66.998	67.939	68.904	69.882	70.875
OFERTA FUTURA	2.403	2.574	2.757	2.952	3.162
DEMANDA INSATISFECHA	64.595	65.365	66.147	66.930	67.713

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se puede deducir que la demanda del servicio de hospedaje por motivo de estudio en la ciudad de Montería, es insatisfecha. Ya que el resultado es una cantidad mayor que 0. Según los resultados, se observa una diferencia significativa de demanda sobre oferta. Esto denota una oportunidad para la realización del proyecto propuesto.

En este sentido, se infiere que la parte de la población que figura como porcentaje de demanda insatisfecha, reside en lugares diferentes a la ciudad de Montería y no acceden al servicio de hospedaje, pues prefieren viajar hacia el lugar en el que actualmente residen.

Con respecto a los resultados de las encuestas realizadas, se determinan los factores en los cuales se basan los estudiantes para elegir el lugar en el cual hospedarse y estos se refieren a la ubicación, la comodidad, la calidad del servicio y el precio, siendo en mayor proporción lo referente a los dos primeros factores, por lo cual se puede deducir que la gran magnitud de población que no reside en Montería y requiere del servicio de hospedaje, viaja en vez de hospedarse porque el nivel de satisfacción del servicio actual, es bajo.

Por tal motivo, se podría considerar que los factores mencionados no tienen un buen nivel de aplicación al prestar el servicio actual.

Por consiguiente, el proyecto de crear un hotel con el fin de brindar hospedaje de manera exclusiva para estudiantes de educación superior, está orientado a satisfacer gran parte de dicha demanda insatisfecha, teniendo en cuenta que aspectos como la comodidad, ubicación, calidad del servicio, precios ajustables a la situación de los huéspedes, sean fundamentales a la hora de prestar el servicio, con el fin de sobresalir en comparación con la competencia.

4.7. Análisis de precios

Para el análisis de precios, se ha tomado como base la información suministrada por estudiantes que actualmente ocupan el servicio de hospedaje en diferentes lugares de Montería, los cuales son relacionados en el siguiente cuadro:

Tabla 17

Análisis de precios

EMPRESAS	OFRECE	PRECIOS/MENSUAL
E1	Habitación individual + alimentación	\$ 700.000
E2	Habitación para 3 personas	\$ 200.000
E3	Habitación compartida +almuerzo	\$ 450.000
E4	Habitación compartida + desayuno y almuerzo	\$ 650.000
E5	Habitación compartida + almuerzo	\$ 480.000
E6	Habitación compartida	\$ 270.000
E7	habitación compartida +almuerzo + cena	\$ 630.000
E8	Habitación individual	\$ 350.000

E9	Habitación individual + alimentación	\$ 750.000
E10	Habitación para 3 personas	\$ 230.000

Fuente: Elaboración propia

Según la información que muestra la tabla, se observa que los precios varían dependiendo del servicio que se ofrecen y del número de personas que se hospedan por habitación.

Específicamente, lo más frecuente es ofrecer alimentación, aparte de alojamiento.

Con base en esto quienes ofrece el servicio a menor precio, solo brindan hospedaje y este debe ser de tal forma que la habitación sea compartida. Seguidamente a precios un poco más alto, se le adiciona al hospedaje el servicio de alimentación, por lo menos una vez al día y como máximo dos veces al día.

Por último, quienes ofrecen el servicio a precios mayores, además, del hospedaje y del servicio de alimentación, lo hacen teniendo en cuenta que las habitaciones sean individuales.

4.8. Canales de comercialización

Para la comercialización de este servicio se utilizará un canal directo entre la empresa y los clientes finales, es decir, que no existe intermediación, ya que la empresa cumplirá la función de comercialización del servicio:

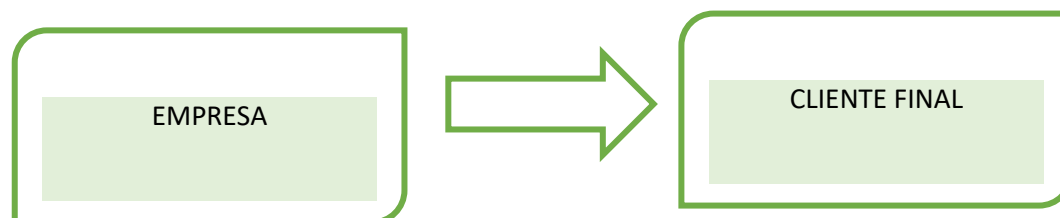


Figura 13. *Canales de comercialización. Fuente: Elaboración propia*

4.9. Estrategia publicitaria

La estrategia publicitaria se basará en tomar como referencia los resultados de las encuestas, por consiguiente, se utilizarán las redes sociales, para la publicidad del servicio. Ya que gran parte de las personas encuestadas, eligió este medio como uno de los principales que ocupa para la búsqueda de los lugares en los cuales hospedarse, seguido por los referidos, lo cual podría darse a través de la prestación de un buen servicio, con el objetivo de generar satisfacción en el cliente, para que estos puedan recomendar el lugar como uno en el que se ofrece un servicio de calidad y comodidad.

5. Módulo Técnico

5.1. Tamaño de producción

El análisis de resultados del estudio de mercado indica que la demanda actual del mercado, supera la oferta actual, lo cual significa que existe una demanda insatisfecha. Por consiguiente, se determina el tamaño del proyecto:

Tabla 18

Cantidad de Servicio

Habitaciones	%	# Habitaciones	Cientes por habitaciones	Mensual	Anual
Para 1 persona	12%	7	7	12	84
Para 2 personas	15%	9	18	12	216
Para 3 personas	73%	42	126	12	1.512
TOTAL	100%	58	151	12	1.812

Fuente: Elaboración propia

Lo anterior corresponde al procedimiento de determinación del tamaño del proyecto, teniendo en cuenta factores como: número de habitaciones disponibles (58), el número de personas que se hospedarán por habitación (7, 18 y 126), teniendo en cuenta que algunas son individuales, otras para dos y otras para tres personas. Derivado de esto último, se ha calculado el porcentaje correspondiente de personas por cada tipo de hospedaje (para 1, para 2 y para 3 personas por habitación) que ha sido de 12, 15 y 73%, respectivamente. Luego, se ha determinado el número de habitaciones correspondientes para cada tipo de alojamiento (7, 9 y 42).

Y, por último, se ha tomado el número de clientes que se alojara en las diferentes habitaciones y se ha multiplicado por el número de meses que tiene un año (12) y, de esta manera, se ha calculado la cantidad de servicios anualmente, que sumados representa el tamaño de producción de servicio en un (1) año.

5.2. Localización.

5.2.1. Estudio de localización a nivel Macro.

En la macro-localización, los municipios que se han tomado como referencia, son: Montería, Cereté y Ciénaga de Oro, para los cuales se ha establecido una comparativa incluyendo factores externos como económicos, culturales, políticos y sociales. Dichas alternativas quedaron con las siguientes cantidades de puntuación:

Montería: 82,5

Cereté: 65,1

Ciénaga de Oro: 60,5

Tabla 19**Macrolocalización**

Peso asignado (0 – 1)			Alternativa de Macrolocalización					
			Montería		Cereté	Ciénaga de Oro		
			Calificación Esc. (0 -100)	Calificación ponderada	Calificación Esc.(0 – 100)	Calificación ponderada	Calificación (0 – 100)	Calificación ponderada
Económicos								
Ubicación del consumidor	del	0,20	90	18	75	15	70	14
Vías de comunicación	de	0,10	80	8	70	7	68	6,8
Medios de comunicación	de	0,10	80	8	68	6,8	65	6,5
Ubicación de proveedores	de	0,10	80	8	60	6	55	5,5
Dinamismo económico		0,10	90	9	60	6	58	5,8
Costo mano de obra		0,05	70	3,5	60	3	60	3
Culturales								
Hábitos de compra		0,10	80	8	70	7	60	6
Políticos								
Regulaciones específicas		0,05	80	4	60	3	58	2,9
Sociales								
Interés del municipio		0,10	90	9	55	5,5	50	5
Actitud de la comunidad		0,10	70	7	58	5,8	52	5
TOTAL		100		82,5		65,1		60,5

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados, es evidente que el municipio con mayor puntuación y que, por lo tanto, representa la mejor alternativa, es Montería. Específicamente, se han tomado como referencia los siguientes aspectos: dentro de lo económico, ubicación del consumidor, vías de comunicación, medios de comunicación, ubicación de proveedores, dinamismo económico, costo de mano de obra. En lo cultural, hábitos de compra; en lo político, las regulaciones específicas; y en lo social, el interés del municipio y la actitud de la comunidad.

Posterior al análisis de las condiciones de cada uno de los municipios, desde el punto de vista externo, se puede inferir que el municipio más apropiado para la ubicación del proyecto, es Montería.

5.2.2. Estudio de localización a nivel Micro.

En referencia a la micro-localización, se ha realizado el proceso a través de la selección de tres barrios o puntos específicos del municipio escogido, que ha sido Montería. Posteriormente, se ha realizado un análisis de un conjunto de variables internas.

El objetivo de esto se basa en la determinación de un lugar específico para la ubicación de la empresa. En este caso, los lugares han sido: Norte, Centro y Sur de la ciudad de Montería. Se han tenido en cuenta aspectos como: disponibilidad locativa, costo de arriendo, costo de servicios públicos, afluencia de clientes, posibilidad de expansión.

Con base en dichos aspectos, la puntuación obtenida fue la siguiente:

Norte: 74,25

Centro: 68,75

Sur: 61,25

Tabla 20.

factores relevantes	Peso asignado (0 – 1)	Alternativa de Microlocalización					
		Norte		Centro		Sur	
		Calificación (0 – 100)	Peso ponderado	Calificación (0 – 100)	Peso ponderado	Calificación (0 – 100)	Peso ponderado
Disponibilidad locativas	0,25	80	20	70	17,5	65	16,25
Costo de arriendo	0,15	60	9	65	9,75	60	9
Costo de servicios públicos	0,15	70	10,5	60	9	60	9
Afluencia de clientes	0,25	75	18,75	70	17,5	60	15
Posibilidades de expansión	0,20	80	16	75	15	60	12
TOTAL	100		74,25		68,75		61,25

Alternativa de Microlocalización

Fuente: Elaboración propia

5.3. Distribución en planta



Figura 14. Planta arquitectónica primer piso. Fuente: Elaboración propia



PLANTA ARQUITECTÓNICA 2°-3° PISO

Figura 15. *Planta arquitectónica segundo y tercer piso. Fuente: Elaboración propia*



Figura 16. *Entrada del Hotel el Universitario. Fuente: Elaboración propia*

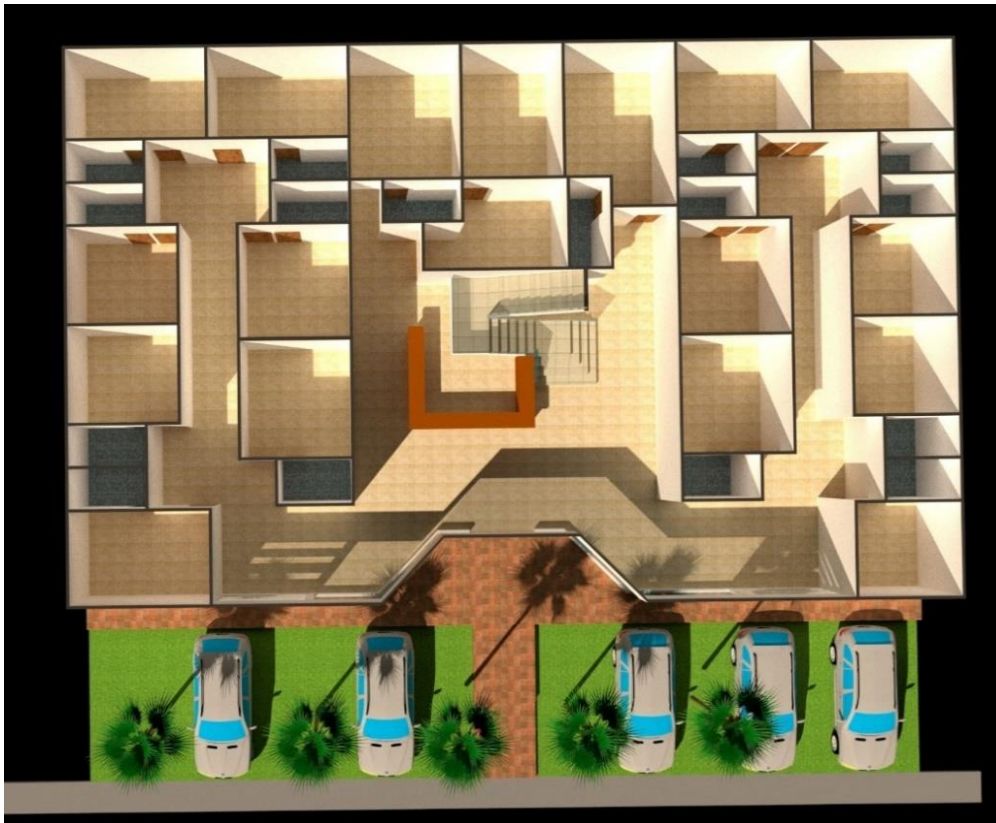


Figura 17. *Panorámica del primer piso Fuente: Elaboración propia*

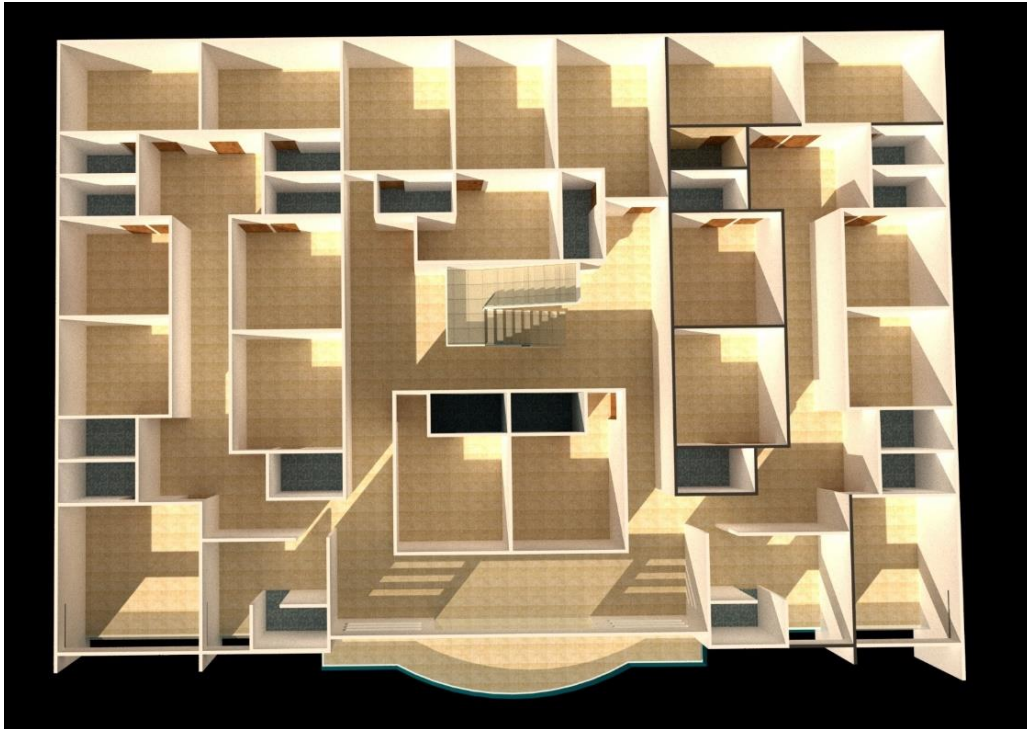


Figura 18. *Panorámica del segundo y tercer piso. Fuente: Elaboración propia*

El hotel contara con tres pisos, conformado de la siguiente manera: en el primer piso funcionarán 16 habitaciones y 21 tanto en el segundo como en el tercer piso.

Por consiguiente, el hotel tendría en total 58 habitaciones debido a que la infraestructura física del mismo, proporciona la capacidad para que haya dicha cantidad. Además de esto, se tendría una cocina con los implementos necesario para que, tanto clientes como trabajadores puedan usarla y prepara alimentos.

5.4. Proceso de prestación del servicio



Figura 19. Proceso del servicio. Fuente: Elaboración propia

Reservación: Es el momento inicial, en el cual el cliente se comunica con el hotel para realizar consultas por el servicio que esté ofrece. A partir de este se puede adquirir un nuevo cliente, por tal razón la atención debe ser de excelente calidad.

Recepción del hotel: este es el segundo momento, en el cual el cliente llega a las instalaciones del hotel, le asignan la habitación y se acuerda la forma de pago y las solicitudes que el huésped necesite.

Estadía: momento en el que el cliente utiliza los servicios del hotel, a través

Cancelación de la cuenta: parte donde el cliente se dispone a abandonar las instalaciones del hotel, por lo tanto, se acerca a la recepción y cancela el servicio utilizado.

Despedida: Es el final de la estancia del cliente en el hotel.

6. Estudio organizacional

6.1. Naturaleza jurídica

La empresa se creará bajo la modalidad de SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS S.A.S.

Razón social: **EL UNIVERSITARIO S.A.S.**

El tipo de sociedad S.A.S puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una

persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en el cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

La S.A.S da la posibilidad a los empresarios de escoger las normas societarias que más convenga a sus intereses, lo que reafirma que se trata de una regulación flexible.

Asimismo, se caracteriza por no estar obligada a revisoría fiscal, es decir, se presenta un límite en lo referente a la responsabilidad por obligaciones fiscales y laborales, no es obligatoria la revisoría fiscal o la Junta Directiva su termino de duración es indefinido

6.2. Misión

El universitario S.A.S es un hotel dedicado a ofrecer servicios de hospedaje a estudiantes de Educación Superior, resaltando a través de sus operaciones, la buena calidad del servicio, para asegurar la comodidad de los clientes

6.3. Visión

Ser para el año 2024, la empresa más reconocida del sector hotelero por ofrecer un servicio de cordialidad y hospitalidad a sus clientes y lograr la expansión a nivel nacional.

6.4. Organigrama

Para el inicio de la prestación del servicio del Hotel del Universitario S.A.S. se necesita contar con 7 empleados; los cuales se detallan a continuación:

Gerente: ocupado por una persona

Secretaria: ocupado por una persona.

Recepcionista: ocupado por una persona.

Camaera: ocupado por tres personas

Contador: ocupado por una persona en calidad de contrato de prestacion del servicio.

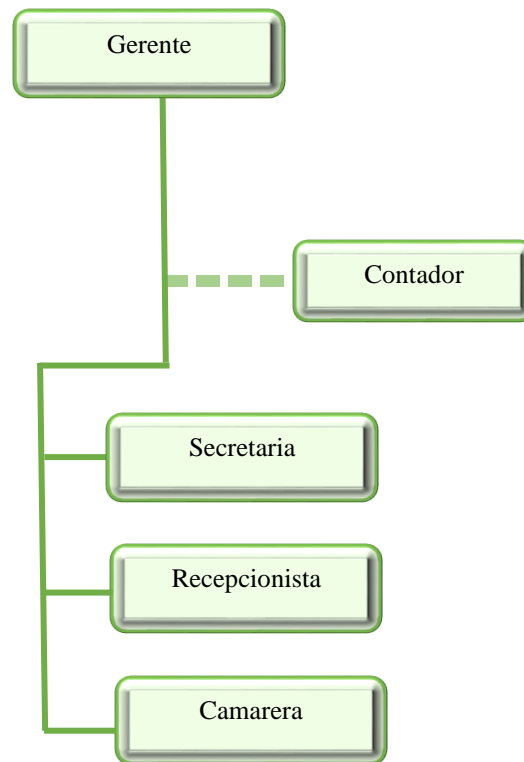
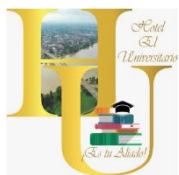


Figura 20. Organigrama. Fuente: Elaboración propia

6.5. Manual de funciones

Tabla 21.

Manual de funciones para el cargo de gerente



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Junta de socios

Requisitos Mínimos

Educación:	Administración o áreas afines.
Experiencia:	2 años

Objetivo Principal

Mantener el equilibrio financiero de la empresa y orientar sus operaciones hacia la solvencia económica.

Funciones del Cargo

- Planificar, organizar y coordinar todo el funcionamiento del hotel (incluyendo los servicios al cliente, la gestión del personal y la administración del hotel).
- Dirigir, supervisar y formar al personal y a los aprendices.
- Contratar y destinar a los nuevos miembros del personal.
- Vigilar y hacer un seguimiento del rendimiento del personal para garantizar la eficiencia y el cumplimiento de las políticas y los procedimientos.
- Consultar y colaborar con los directores de los departamentos para asegurar la coordinación de las actividades del hotel.
- Comprobar la calidad para garantizar los estándares esperados en los servicios al cliente, la decoración, el servicio doméstico, la comida, los banquetes, etc.
- Elaborar y promover estrategias de marketing.

- Gestionar y coordinar la contabilidad, los presupuestos, los cálculos estadísticos, hacer el cálculo de las cifras de explotación, establecer tarifas para las habitaciones y esforzarse por alcanzar los objetivos de beneficios.
- Supervisar el mantenimiento, las existencias y el mobiliario, tratar con contratistas y proveedores, y encargarse de una seguridad eficaz.
- Coordinar las actividades de recepción y recibir, dar la bienvenida y registrar a los clientes.
- Responder preguntas relativas a las políticas y servicios del hotel, y ocuparse de las quejas y los comentarios de los clientes.
- Garantizar el cumplimiento de las normas sanitarias, de seguridad laboral, de licencias y otras normas legales.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22

Manual de funciones para el cargo del contador



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	Contador
Dependencia:	Dirección
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Dirección

Requisitos Mínimos

Educación:	Administración o carreras afines
Experiencia:	Mínimo 1 año

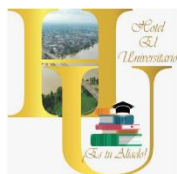
Objetivo Principal

Dar a conocer el estado financiero de la empresa para cuando este le sea solicitado.

Funciones del Cargo

- Darles un orden a todas esas operaciones de forma estricta
 - proporcionar de forma clara, rápida y sobre todo confiable los reportes que permitan mostrar una imagen clara en términos financieros la situación de la empresa.
 - prever con anticipación los destrates financieros o las contingencias que puedan ocurrir
 - Lo que importa es que, si en algún momento requerimos algún tipo de financiamiento o simplemente obtener un crédito o incluso solo como comprobante de fuente de información, la contabilidad es el mejor medio.
 - establecer los procedimientos de información para controlar todo el sistema que llevará acabo el control de la contabilidad
 - Establecer los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables
 - Cumplir con los requerimientos de información para la toma de decisiones por parte de la Dirección general, tales como estados financieros y auxiliares de ciertas cuentas.
 - Cumplir con las obligaciones fiscales.
 - Contribuir con las demás áreas departamentales de una empresa para proporcionar la información necesaria para una mejor toma de decisiones.
 - Administrar de forma adecuada los recursos financieros de la empresa por medio de conocimientos técnicos profesionales como la inversión, el análisis de riesgo y el financiamiento
-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23***Manual de funciones para el cargo de camarera*****IDENTIFICACIÓN DEL CARGO**

Nombre del Cargo:	Camarera
Dependencia:	Dirección
Número de Cargos:	3
Reporta a:	Dirección

Requisitos Mínimos

Educación:

Experiencia: Mínimo 1 año

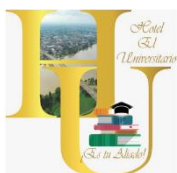
Objetivo Principal

Mantener un riguroso control de todo lo referente a limpieza y mantenimiento de las habitaciones y demás espacio físico del hotel.

Funciones del Cargo

- Limpiar las habitaciones respetando la intimidad y pertenencias de los huéspedes.
 - Tener preparadas sábanas limpias y si el hotel cuenta con las instalaciones adecuadas, lavar las sucias.
 - Asegurarse que el baño tiene todos los elementos de higiene necesarios y que al hotel no le falta nada.
 - Responder a las necesidades que tengan los clientes.
 - Recoger y entregar cualquier objeto olvidado por los huéspedes en el departamento apropiado.
 - Reportar cualquier problema con los huéspedes y/o las habitaciones.
-

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24***Manual de funciones para el cargo de secretaria*****IDENTIFICACIÓN DEL CARGO**

Nombre del Cargo:	Secretaria
Dependencia:	Todas las áreas
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente

Requisitos Mínimos

Educación:	Educación superior o técnico
	Manejo en equipos de computo
Experiencia:	Mínimo 1 año como secretaria

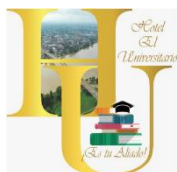
Objetivo Principal

Integrarse a las actividades de la empresa

Funciones del Cargo

- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa
- Contribuir a la solución de problemas
- Implementar un plan de control con los clientes y mostrar resultados
- Dar una buena imagen de la empresa a los clientes

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25***Manual de funciones para el cargo de recepcionista*****IDENTIFICACIÓN DEL CARGO**

Nombre del Cargo:	Recepcionista
Dependencia:	Dirección
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Dirección
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico Superior en Gestión de alojamientos turísticos
Experiencia:	Mínimo 6 meses

Objetivo Principal

Proporcionar todo tipo de asistencia e información al cliente del hotel.

Funciones del Cargo

- Brindar atención a toda aquella persona que desee tratar asuntos de su competencia.
- Realizan el *check-in* y el *check-out* de los clientes.
- Piden la documentación necesaria para registrarlo en una base de datos y Asigna y entrega las llaves de las habitaciones.
- Proporcionan todo tipo de información acerca del hotel.
- tramitan todos los servicios que contrate el cliente, en persona o por otros medios como teléfono o email.
- Mantienen un control de las personas que entran y salen del establecimiento, usando la cortesía.
- Deben saber qué habitaciones están libres, reservas, previsiones de llegada.
- Resuelven los posibles conflictos con los clientes como el uso de camas
- Se encargan de facturar todas las consumiciones y servicios que haya consumido el huésped.
- Tramitan las quejas y reclamaciones de los clientes.

Fuente: Elaboración propia

6.6. Imagen corporativa



Figura 21. *Imagen corporativa. Fuente: Elaboración propia*

7. Módulo de Impacto social, económico y ambiental

Este Plan de Negocios genera impacto sobre distintas variables, tal es el caso del aspecto económico, lo cual se refleja en la contribución con el incremento de la economía a través del apoyo en el proceso de atención a los estudiantes de Educación Superior, tratando específicamente a este grupo de personas que muchas veces ven su formación interrumpida por factores que les impiden continuar con su proceso.

Por medio de este proyecto se evidencia la gran oportunidad de negocio que hay en la ciudad de Montería, siendo no sólo un negocio, sino un punto de apoyo a una población que es una base fundamental en lo referente a avances económicos.

Específicamente, a partir de las operaciones del hotel se estaría contribuyendo con el desarrollo de la economía de la ciudad, ya que se estaría generando empleo y, además, se estaría apoyando el incremento de la participación del sector terciario de las actividades económicas de Montería.

Por otra parte, en lo referente a lo social, está orientado hacia el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, a partir de la reducción de los niveles de deserción estudiantil en el ámbito de la educación superior, contribuyendo con la preparación de las personas en el campo académico y, por consiguiente, profesional. Esto será un factor de colaboración a los estudiantes, a sus familias, a la sociedad en general.

A partir del presente plan de negocio, se pueden tomar bases para la identificación de oportunidades de inversión y, por consiguiente, contribución con la generación de ganancias económicas. Brindando a cambio un servicio de gran utilidad a los estudiantes.

En lo referente al aspecto ambiental, se busca contribuir con el apoyo a la educación, proceso en el cual se refuerzan los niveles de conciencia como cuidados al medio ambiente a través de prácticas de reducción de contaminación, de respeto hacia la naturaleza, preservar en lo más posible los recursos naturales.

Asimismo, a la par del funcionamiento de las operaciones del hotel se estaría teniendo en cuenta que se esté dando un manejo adecuado a acciones como el cuidado del medio ambiente, asegurando que las instalaciones sean siempre en lugares libres de contaminación, esto a través del aseo, de la recolección de basuras dentro del lugar y depositando estas en recipientes adecuados, de tal manera que sea clasificada de

acuerdo a los materiales de los cuales se encuentra conformada. Esto con el propósito de hacer más fácil el proceso de reciclaje y reutilización que se le pueda dar.

Como es evidente, la educación es un factor que ayuda a contrarrestar una gran cantidad de problemas sociales, económicos e incluso, ambientales, pues se dan por realizadas acciones como el apoyo a más emprendimiento, desarrollo, cultura, y estos aspectos son pilares imprescindibles en el avance de un país. Por lo tanto, apoyar el proceso de continuación de estudios de Educación Superior, es paso de gran avance.

Dado lo anterior, el presente proyecto es factible en lo referente a economía, lo social, lo ambiental, dado que el impacto que refleja sobre la ciudad de Montería, es óptimo, favorable para su desarrollo, demostrando este ser un gran punto de apoyo para un área que beneficia a todos en general, pues la educación va ligada a los procesos de avance económico, social.

En pocas palabras, es un proyecto factible en el aspecto económico y en demás aspectos, ya que, si este se lleva a cabo, estaría contribuyendo, a partir de sus operaciones, con el desarrollo del país, pues todos estos aspectos a los que les genera beneficios, conjuntamente, son la base de ello.

8. Módulo financiero

8.1. Inversiones

Tabla 26

Inversiones en maquinaria y equipo

DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Cámara de seguridad	2	\$ 109.999	\$ 219.998	10 años
Computador de escritorio	3	\$ 1.049.000	\$ 3.147.000	5 años
Calculadora	3	\$ 16.900	\$ 50.700	5 años
Impresora	2	\$ 119.900	\$ 239.800	5 años
Aire acondicionado	1	\$ 929.900	\$ 929.900	5 años
Televisor	58	\$ 299.900	\$ 17.394.200	5 años
TOTAL			\$ 21.981.598	

Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la tabla, se requiere de una inversión en Maquinaria y Equipo por una suma de \$ 21.981.598, habiendo destinado mayor cantidad de recursos económicos en televisores, seguido de computadores (que serán utilizados en la parte administrativa para cumplir con las operaciones). Y en menor cantidad se ha invertido en demás elementos necesarios para llevar a cabo labores administrativas de funcionamiento y prestación del servicio.

Tabla 27***Inversiones en herramientas***

DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO		COSTO TOTAL	
Cámara de seguridad	2	\$	109999	\$	219998
Cafetera	1	\$	84.900	\$	84.900
Estufa de dos puesto	1	\$	89.900	\$	89.900
Juego de vajilla	2	\$	49.900	\$	99.800
Licuadaora	1	\$	91.900	\$	91.900
Juego de cubiertos	2	\$	29.900	\$	59.800
Sanducera	1	\$	34.950	\$	34.950
Microondas	1	\$	82.900	\$	82.900
Nevera	1	\$	577.900	\$	577.900
Juego de sartén	1	\$	34.900	\$	34.900
Juego de vaso	1	\$	6.900	\$	6.900
Caldero	1	\$	49.900	\$	49.900
Olla mediana	1	\$	39.990	\$	39.990
Total				\$	1.253.740

Fuente: Elaboración propia

Según los datos de la tabla, se han invertido \$ 1.253.740 en elementos que facilitarán la comodidad de la estadía en el hotel, pues son herramientas de cocina, a disposición tanto de huéspedes como de trabajadores

Tabla 28***Muebles y enseres y equipos de oficina***

DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Sillas Plásticas	160	\$ 19.900	\$ 3.184.000	10 años
Sofá	2	\$ 439.900	\$ 879.800	10 años
Escritorio	1	\$ 150.493	\$ 150.493	10 años
Cama sencilla	49	\$ 169.900	\$ 8.325.100	10 años
Camarotes	51	\$ 250.000	\$ 12.750.000	10 años
ventilador de techo	60	\$ 99.900	\$ 5.994.000	5 años
Mueble de recepción	1	\$ 880.000	\$ 880.000	5 años
Archivador	2	\$ 150.493	\$ 300.986	5 años
Armarios (2 puertas)	25	\$ 223.999	\$ 5.599.975	5 años
Armarios (3 puertas)	33	\$ 449.900	\$ 14.846.700	5 años
Colchones	151	\$ 229.900	\$ 34.714.900	5 años
Juego de sabanas	302	\$ 23.900	\$ 7.217.800	5 años
Cortinas	116	\$ 27.500	\$ 3.190.000	5 años
Almohadas	151	\$ 10.995	\$ 1.660.245	5 años
Sillas auxiliares	4	\$ 89.900	\$ 359.600	5 años
Cestas de basuras	60	\$ 5.900	\$ 354.000	5 años
Silla giratoria	3	\$ 110.000	\$ 330.000	5 años
Mesa plástica	58	\$ 89.900	\$ 5.214.200	10 años
Línea telefónica	1	\$ 150.000	\$ 150.000	10 años
Aparato telefónico	2	\$ 94.900	\$ 189.800	10 años
Total			\$ 106.291.599	10 años

Fuente: Elaboración propia

Los elementos aquí expuestos, son los que se utilizarán en oficina para apoyar el servicio.

Como se evidencia, la inversión ha sido de \$106.291.599, siendo en mayor proporción, la cantidad invertida en dormitorios y elementos de habitación de los huéspedes.

Tabla 29***Inversiones en activos intangibles***

DETALLE DE INVERSIÓN	COSTO TOTAL
Estudio de prefactibilidad	\$ 900.000
Estudio de factibilidad	\$ 800.000
Licencia y trámites	\$ 1.300.000
Montaje y puesta en marcha	\$ 1.200.000
Gastos de organización	\$ 600.000
Imprevistos	\$ 600.000
Total Inversión en Activos Intangibles	\$ 5.400.000

Fuente: Elaboración propia

Los elementos causales de inversión en esta parte, son aquellos en los que se incurrirá por concepto de realización del proyecto, cuyos valores de inversión oscilan entre \$ 600.000 y \$ 1.300.000.

Tabla 30***Costo de mano de obra***

Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Sobrecostos (55,87%)	Costos total
Mano de Obra Directa				
Recepcionista (1)	\$ 925.148	\$ 11.101.776	\$ 6.202.562	\$ 17.304.338
Camarera(1/2 T) (3)	\$ 1.533.270	\$ 18.399.240	\$ 10.279.655	\$ 18.399.240
Total Mano Obra Directa	\$ 2.458.418	\$ 29.501.016	\$ 16.482.218	\$ 35.703.578
Mano de Obra Indirecta				
Total Mano Obra Indirecta				
TOTAL	\$ 2.458.418	\$ 29.501.016	\$ 16.482.218	\$ 35.703.578

Fuente: Elaboración propia.

Con base en la información de la tabla, allí se representan los costos derivados de operaciones referentes a remuneración del personal que opera directamente en la prestación del servicio.

Se debe especificar que el pago de las camareras asciende a \$ 1.533.270 debido a que son tres empleadas que se contratarían para estas labores. Sumad a ello, la remuneración mensual de la recepcionista sería de \$ 925.148. Luego, teniendo en cuenta estas cifras de pagos y sumando los resultados anuales, tenemos que el total sería de \$ 35.703.578 al año.

Tabla 31

Costo de insumo del primer año de operación

MATERIAL	UNIDADES DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTOS TOTAL ANUAL
MATERIAL DIRECTO				
Jabón líquido	Litros	30	\$ 4.712	\$ 141.360
Papel higiénico	paquetes de 12 /U	12	\$ 8.880	\$ 106.560
Toallas de mano	unidades	6	\$ 7.900	\$ 47.400
TOTAL MAT. DIRECTO		350		\$ 295.320
MATERIAL INDIRECTO				
Detergente	bolsas	80	\$ 6.573	\$ 525.840
Desinfectante	Galón	30	\$ 9.390	\$ 281.700
Guante	unidades	150	\$ 3.990	\$ 598.500
Escoba + recogedor de basura	unidades	12	\$ 10.390	\$ 124.680
Balde para trapear- carrito escurridor	unidades	3	\$ 144.900	\$ 434.700
Clorox	Galón	25	\$ 6.190	\$ 154.750
Trapero	unidades	15	\$ 9.390	\$ 140.850
TOTAL MAT. INDIRECTO				\$ 2.120.170

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla, se muestran los costos de insumos empleados tanto directa como indirectamente en el servicio. En este caso, es mayor la cifra de costos directos indirectos, pues específicamente la cantidad es de \$ 2.120.170, en elementos utilizados para el aseo del lugar. Y, por otra parte, la cifra de costos de insumos directos, es de \$ 295.320 anualmente. Básicamente en cosas de aseo personal que se implementarán en el baño.

Tabla 32

Servicios del primer año de operación

SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Servicio Energía	KW/ HORA	12	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Servicio de Gas Natural	M3	12	\$ 35.000	\$ 420.000
Acueducto y alcantarillado	M3	12	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Plan Celular	plan	12	\$ 80.000	\$ 960.000
Internet (50 megas)	Plan	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000
TOTAL				\$ 25.380.000

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla están representados otros costos indirectos del servicio, los cuales son principalmente servicios públicos y de telefonía móvil e internet. Todos estos servicios, llegan a una cifra de \$ 25.380.000 al mes, siendo en mayor medida el costo del servicio de energía eléctrica, por valor de \$ 1.200.000 mensuales, seguido del agua por \$ 600.000 e internet por \$ 200.000. Los demás valores de servicios oscilan entre \$80.000 y \$35.000.

Tabla 33**Gastos por depreciación**

Activos de producción	Vida Útil	Costo del activo	1	2	3	4	5	Valor Residual
Cámara de seguridad	10	\$ 219.998	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 87.999
Computador de escritorio	10	\$ 3.147.000	\$ 314.700	\$ 314.700	\$ 314.700	\$ 314.700	\$ 314.700	\$ 1.573.500
Calculadora	10	\$ 50.700	\$ 5.070	\$ 5.070	\$ 5.070	\$ 5.070	\$ 5.070	\$ 25.350
Impresora	10	\$ 239.800	\$ 23.980	\$ 23.980	\$ 23.980	\$ 23.980	\$ 23.980	\$ 119.900
Aire acondicionado	10	\$ 929.900	\$ 92.990	\$ 92.990	\$ 92.990	\$ 92.990	\$ 92.990	\$ 464.950
Televisor	10	\$ 17.394.200	\$ 1.739.420	\$ 1.739.420	\$ 1.739.420	\$ 1.739.420	\$ 1.739.420	\$ 8.697.100
Sillas Plásticas	10	\$ 3.184.000	\$ 318.400	\$ 318.400	\$ 318.400	\$ 318.400	\$ 318.400	\$ 1.592.000
Sofá	10	\$ 879.800	\$ 87.980	\$ 87.980	\$ 87.980	\$ 87.980	\$ 87.980	\$ 439.900
Escritorio	10	\$ 150.493	\$ 15.049	\$ 15.049	\$ 15.049	\$ 15.049	\$ 15.049	\$ 75.247
Cama sencilla	10	\$ 8.325.100	\$ 832.510	\$ 832.510	\$ 832.510	\$ 832.510	\$ 832.510	\$ 4.162.550
Camarotes	10	\$ 12.750.000	\$ 1.275.000	\$ 1.275.000	\$ 1.275.000	\$ 1.275.000	\$ 1.275.000	\$ 6.375.000
ventilador de techo	5	\$ 5.994.000	\$ 1.198.800	\$ 1.198.800	\$ 1.198.800	\$ 1.198.800	\$ 1.198.800	\$ 5.994.000
Mueble de recepción	10	\$ 880.000	\$ 88.000	\$ 88.000	\$ 88.000	\$ 88.000	\$ 88.000	\$ 440.000
Archivador	10	\$ 300.986	\$ 30.099	\$ 30.099	\$ 30.099	\$ 30.099	\$ 30.099	\$ 150.493
Armarios (2 puertas)	10	\$ 5.599.975	\$ 559.998	\$ 559.998	\$ 559.998	\$ 559.998	\$ 559.998	\$ 2.799.988
Armarios (3 puertas)	10	\$ 14.846.700	\$ 1.484.670	\$ 1.484.670	\$ 1.484.670	\$ 1.484.670	\$ 1.484.670	\$ 7.423.350
Sillas auxiliares	10	\$ 359.600	\$ 35.960	\$ 35.960	\$ 35.960	\$ 35.960	\$ 35.960	\$ 179.800
Silla giratoria	10	\$ 330.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 33.000	\$ 165.000
Mesa plástica	10	\$ 5.214.200	\$ 521.420	\$ 521.420	\$ 521.420	\$ 521.420	\$ 521.420	\$ 2.607.100
Aparato telefónico	5	\$ 189.800	\$ 37.960	\$ 37.960	\$ 37.960	\$ 37.960	\$ 37.960	\$ 189.800
TOTAL			\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 43.585.026

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla se muestra la depreciación de los elementos (activos tangibles de producción) que requieren de la aplicación de este procedimiento, pues con el paso del tiempo su precio se va reduciendo, debido al deterioro causado por el uso. Este procedimiento teniendo en cuenta un tiempo de 5 años, (como proyección). En total, el valor residual sería de \$ 8.717.005, el cual es sumado durante los 5 años que se proyectan y el resultado sería de \$43.585.026

Tabla 34

Remuneración del personal administrativo

Cargo	Remuneración Mes	Remuneración Año	Sobrecostos 55,87%	Total
Gerente (1)				
Secretaria (1)	\$ 2.097.032	\$ 25.164.384	\$ 14.059.341	\$ 39.223.725
Contador (por honorarios)	\$ 925.148	\$ 11.101.776	\$ 6.202.562	\$ 17.304.338
(1)	\$ 897.032	\$ 10.764.384		\$ 10.764.384
Total	\$ 3.919.212	\$ 47.030.544	\$ 20.261.904	\$ 67.292.448

Fuente: Elaboración propia

Con base en la información, se estiman los valores resultantes de la remuneración al personal administrativo, siendo el de mayor valor el salario del gerente, que es de \$ 2.097.032 mensual; seguido del salario del contador (que será contratado por honorarios) con remuneración mensual de \$ 897.032 y el de la secretaria por \$ 925.148.

Cabe anotar que el valor mensual de remuneración se multiplica por 12 para obtener la cifra anual; seguidamente, se aplican sobrecostos a este proceso (multiplicando el valor de remuneración anual por el 55,87%). Por último, se suman los totales y el resultado sería de \$ 67.292.448.

Tabla 35***Otros gastos administrativos***

DETALLE	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Arrendamiento de edificio	12	\$ 5.000.000	\$ 60.000.000
Industria y comercio	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Materiales de oficina	12	\$ 800.000	\$ 9.600.000
TOTAL			\$ 70.500.000

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se evidencia la sumatoria de los Gastos de Administración con un total de \$ 70.500.000 al año. Siendo en mayor medida el valor del arriendo por \$ 60.000.000, seguido de Industria y Comercio y Materiales de oficina por \$ 900.000 y \$ 9.600.000, respectivamente.

Tabla 36***Total gastos de venta***

DETALLE	COSTO ANUAL
Publicidad	\$ 2.500.000
TOTAL	\$ 2.500.000

Fuente: Elaboración propia

De esta información se infiere que, como parte de los gastos de venta, se encuentra el rubro de publicidad, por un valor total de \$ 2.500.000 en lo referente a folletos y actividades basadas en la promoción a través de redes sociales.

Tabla 37***Amortización de gastos diferidos***

Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos Preparativos.	5	\$ 5.400.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000
VALOR A AMORTIZAR			\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se observa la realización de amortización de los gastos diferidos; específicamente, de los referentes a gastos en se incurrirá por concepto de la realización del proyecto, estimando un tiempo de 5 años y siendo la totalidad en cada uno de estos, de \$ 1.080.000.

8.2. Distribución de costos**Tabla 38*****Distribución de los costos***

DETALLE	COSTO	Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	\$ 35.703.578		\$ 35.703.578
M de O. Indirecta			
Mat. Directos.	\$ 295.320		\$ 295.320
Mat. Indirectos.	\$ 2.120.170		\$ 2.120.170
Servicios	\$ 25.380.000		\$ 25.380.000
Depreciación	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	
SUBTOTAL	\$ 72.216.073	\$ 8.717.005	\$ 63.499.068
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	\$ 67.292.448	\$ 67.292.448	

Otros Gast.			
Adm.	\$ 70.500.000	\$ 70.500.000	
Amortización.	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	
SUBTOTAL	\$ 138.872.448	\$ 138.872.448	
GASTOS DE VENTA			
Publicidad	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	
Distribución			
SUBTOTAL	\$ 2.500.000	\$ 2.500.000	
TOTAL	\$ 213.588.521	\$ 150.089.453	\$ 63.499.068

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se observa la distribución de los costos (costo, costos fijos y costos variables), resumiendo los referentes a la Producción, Gastos de Administración y Gastos de venta.

En específico, indica que el total de los costos es de \$ 213.588.521, que está compuesto por los costos fijos, que son de \$ 150.089.453 y los costos variables del \$ 63.499.068.

8.3. Punto de equilibrio

Tabla 39

Punto de equilibrio

Servicios	Producción anual	% de producción	Costo fijo	Costo variable	Costo variable por unidad	Precio de venta	Punto de equilibrio
Habitación para una persona	84	12%	\$ 18.010.734	\$ 7.619.888	\$ 35.044	\$ 350.000	57
Habitación para dos persona	216	15%	\$ 22.513.418	\$ 9.524.860	\$ 35.044	\$ 270.000	96
Habitación para tres persona	1.512	73%	\$ 109.565.301	\$ 46.354.320	\$ 35.044	\$ 200.000	664
	1.812	100%	\$ 150.089.453	\$ 63.499.068			817

Fuente: Elaboración propia

Según la información de la tabla, se observa que fue necesario determinar el punto de equilibrio para tres precios diferentes, pues algunas habitaciones son

destinadas para una sola persona, otras para dos y el mayor porcentaje para tres. La determinación de esto se ha basado en los resultados de las encuestas, ya que la mayor parte demostró preferir habitación compartida.

Con base en el número de personas que ocupen la habitación, se han establecido los precios. En este sentido, las habitaciones individuales son las más costosas, con un precio de \$ 350.000, seguido de las habitaciones para dos personas \$ 270.000 y las de tres personas \$ 200.000.

Cabe anotar que antes del cálculo del punto de equilibrio, es necesario obtener el costo variable unitario, dividiendo el total de costos variables entre cada cantidad de producción anual.

En última instancia, se aplica la fórmula del cálculo del punto de equilibrio, tomando los costos fijos totales y dividiéndolos entre la diferencia del precio de venta menos el costo variable unitario.

8.4. Capital de trabajo

Tabla 40

Capital de trabajo

Costo producción total	\$ 72.216.073
(Depreciación)	(-8.717.005)
Gastos de Admón.	\$ 137.343.624
(Amortización)	(-1.080.000)
Gastos de ventas	\$ 2.500.000
TOTAL	\$ 203.791.516
/360	\$ 566.088
*30	\$ 16.982.626

Fuente: Elaboración propia

Según la información, la inversión en capital requerida sería de \$ 16.982.626, el cual se obtiene tomando el valor del costo de producción total y sumarlo con los gastos de Administración y los gastos de ventas. A esto se le restan la depreciación, y la amortización. Y, por último, al resultado obtenido se divide entre 360.

Tabla 41

Programa de inversión fija del proyecto

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles						
Obras físicas						
Maquinarias y equipos	\$ 21.981.598					
Inversión en herramientas	\$ 1.253.740					
Muebles y enseres	\$ 106.291.599					
Subtotal	\$ 129.526.937					
Activos Diferidos						
Gastos Pre-operativos	\$ 5.400.000					
Subtotal	\$ 5.400.000					
Total Inversión Fija	\$ 134.926.937					

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla, se observa que el valor total de la inversión fija es de \$134.926.937, que se compone por Activos fijos y Activos diferidos, con valores de \$ 129.526.937 y \$ 5.400.000, respectivamente.

Tabla 42

Inversión en capital de trabajo

DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	\$ 16.982.626	\$ 568.918	\$ 587.977	\$ 607.674	\$ 628.031

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla, el valor requerido como inversión en capital de trabajo, es de \$ 16.982.626, incluyendo en este Gastos de operación de administración y de ventas.

Para proyectar dicho valor a 5 años, este se multiplica por la tasa actual del IPC (0,0335) y el producto se sigue multiplicando por la misma, hasta completar los 5 años.

Tabla 43

Programa de inversión

CONCEPTO	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Inversión fija	\$ 134.926.937				
Capital de trabajo	\$ 16.982.626	\$ 568.918	\$ 587.977	\$ 607.674	\$ 628.031

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla, se observa que el valor total requerido de inversión fija es de \$ 134.926.937. También se incluye la proyección del capital de trabajo a 5 años, cuyos valores son tomados de la tabla anterior.

Tabla 44 Valor residual del activo

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Activos de producción					\$ 43.585.026
Subtotal activos de producción					\$ 43.585.026
Valor Residual Capital de Trabajo					\$ 19.375.226
TOTAL, VLR. RESIDUAL					\$ 62.960.252

Fuente: Elaboración propia

De la información de la tabla se deduce que el valor residual de los Activos a término del periodo, tiene un total de 62.960.252, que se obtiene de la sumatoria de los

valores residuales de Activos Producción (\$ 43.585.026) y el valor residual del capital de trabajo requerido, que sería de \$ 19.375.226.

8.5. Flujo neto de inversión

Tabla 45

Flujo neto de inversión

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	\$ 134.926.937					
Capital de trabajo	\$ 16.982.626	\$ 568.918	\$ 587.977	\$ 607.674	\$ 628.031	
Valor residual						\$ 62.960.252
Inversiones	\$ 151.909.563	\$ 568.918	\$ 587.977	\$ 607.674	\$ 628.031	\$ 62.960.252

Fuente: Elaboración propia

De la tabla se infiere que el Flujo Neto de Inversión para el año cero (0), es de \$ 151.909.563. Esto es el resultado de la diferencia entre la inversión fija y el capital de trabajo.

Como esto se proyecta a 5 años, se toman las proyecciones del capital de trabajo durante los siguientes 4 años y, por último, en el año 5, se toma el valor residual de los *activos, que fue calculado en la tabla anterior.*

Tabla 46***presupuesto de venta***

	Personas	PRECIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Habitación para una persona	7	\$ 350.000	\$ 2.450.000	\$ 29.400.000
Habitación para dos personas	18	\$ 270.000	\$ 4.860.000	\$ 58.320.000
Habitación para tres personas	126	\$ 200.000	\$ 25.200.000	\$ 302.400.000
TOTAL	151		\$ 32.510.000	\$ 390.120.000

Fuente: Elaboración propia

En la información de la tabla se muestra que el presupuesto de ventas para el primer año de operación sería de \$ 390.120.000, que se obtiene como resultado de la multiplicación del número de habitaciones para una, dos y tres personas, multiplicado por el precio de cada una y el producto se multiplica por el número de días que tiene un mes (30). Por último, cada resultado se suma y se obtiene el total.

Tabla 47***Ventas proyectadas***

	1	2	3	4	5
Habitación para una personas	\$ 29.400.000	\$ 30.384.900	\$ 31.402.794	\$ 32.454.788	\$ 33.542.023
Habitación para dos personas	\$ 58.320.000	\$ 60.273.720	\$ 62.292.890	\$ 64.379.701	\$ 66.536.421
Habitación para tres personas	\$ 302.400.000	\$ 312.530.400	\$ 323.000.168	\$ 333.820.674	\$ 345.003.667
TOTAL	\$ 390.120.000	\$ 403.189.020	\$ 416.695.852	\$ 430.655.163	\$ 445.082.111

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla, el total de ventas proyectadas para el primer año de operación, es de \$ 390.120.000, el cual se toma de la tabla anterior. A partir de este valor se obtienen los de los siguientes años multiplicándolo por la tasa del IPC actual

(0,0335) y el resultado se suma nuevamente con la correspondiente cifra del presupuesto de ventas del primer año de operación.

Tabla 48

Presupuesto de costo de producción

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Materiales directos	\$ 295.320	\$ 305.213	\$ 315.438	\$ 326.005	\$ 336.926
Mano de obra directa	\$ 35.703.578	\$ 36.899.648	\$ 38.135.786	\$ 39.413.335	\$ 40.733.682
Depreciación	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005
Subtotal costo directo	\$ 44.715.903	\$ 45.921.867	\$ 47.168.229	\$ 48.456.345	\$ 49.787.613
Gastos generales de fab.					
Servicios	\$ 25.380.000	\$ 26.230.230	\$ 27.108.943	\$ 28.017.092	\$ 28.955.665
SUBTOTAL	\$ 25.380.000	\$ 26.230.230	\$ 27.108.943	\$ 28.017.092	\$ 28.955.665
TOTAL	\$ 70.095.903	\$ 72.152.097	\$ 74.277.172	\$ 76.473.438	\$ 78.743.278

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos en la tabla, se evidencia que el resultado del presupuesto de costo de producción para el primer año, sería de \$ 70.095.903, el cual se obtiene de la sumatoria de los costos directos (\$ 44.064.229) y los servicios públicos, que serían de \$ 25.380.000.

Tabla 49***Presupuesto de gastos de administración***

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Sueldos y					
prestaciones	\$ 67.292.448	\$ 69.546.745	\$ 71.758.331	\$ 74.040.246	\$ 76.394.726
Otros gastos de	\$ 70.500.000	\$ 72.741.900	\$ 75.055.092	\$ 77.441.844	\$ 79.904.495
administración	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000
Amortización	\$ 138.872.448	\$ 143.368.645	\$ 147.893.423	\$ 152.562.090	\$ 157.379.221
TOTAL					

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla, el resultado de gastos destinados al cubrimiento de sueldos y prestaciones, sería de \$ 67.292.448 y de otros gastos asociados a la administración por valor de \$70.500.000, a la sumatoria de estos se les resta la amortización. Por lo tanto, estas operaciones permiten obtener el resultado del total de Gastos de Administración para el primer año de operación, que sería de \$ 138.872.448.

Tabla 50***Presupuesto de gastos de venta***

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Publicidad	\$ 2.500.000	\$ 2.583.750	\$ 2.670.306	\$ 2.759.761	\$ 2.852.213
TOTAL	\$ 2.500.000	\$ 2.583.750	\$ 2.670.306	\$ 2.759.761	\$ 2.852.213

Fuente: Elaboración propia

De la tabla se infiere que el Presupuesto de Gastos de Ventas es de \$ 2.500.000, el cual es generado por concepto de gastos en publicidad.

8.6. Proyecciones Financieras

Tabla 51

Presupuesto de costos operacionales

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos de producción					
Gastos de	\$ 138.872.448	\$ 143.368.645	\$ 147.893.423	\$ 152.562.090	\$ 157.379.221
administración	\$ 138.872.448	\$ 143.368.645	\$ 147.893.423	\$ 152.562.090	\$ 157.379.221
Gastos de ventas	\$ 2.500.000	\$ 2.583.750	\$ 2.670.306	\$ 2.759.761	\$ 2.852.213
TOTAL COSTOS	\$ 280.244.895	\$ 289.321.039	\$ 298.457.153	\$ 307.883.942	\$ 317.610.655
OPERACIONALES					

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla indica los resultados del presupuesto de costos operacionales, lo cual resume la proyección a 5 años y posterior sumatoria de los Costos de Producción, Gastos de Administración y los gastos de venta, resultando en el primer año \$ 280.244.895.

8.7. Flujo neto de operación

Tabla 52

Flujo neto de operación

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 390.120.000	\$ 403.189.020	\$ 416.695.852	\$ 430.655.163	\$ 445.082.111
Egresos operacionales	\$ 280.244.895	\$ 289.321.039	\$ 298.457.153	\$ 307.883.942	\$ 317.610.655
Utilidad operacional	\$ 109.875.105	\$ 113.867.981	\$ 118.238.700	\$ 122.771.222	\$ 127.471.457
Impuestos	\$ 38.456.287	\$ 39.853.793	\$ 41.383.545	\$ 42.969.928	\$ 44.615.010
UTILIDAD NETA	\$ 71.418.818	\$ 74.014.188	\$ 76.855.155	\$ 79.801.294	\$ 82.856.447
Más depreciación	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005	\$ 8.717.005
Más amortización	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000
Flujo neto de operaciones	\$ 81.215.823	\$ 83.811.193	\$ 86.652.160	\$ 89.598.299	\$ 92.653.452

Fuente: Elaboración propia.

Con base en la información de la tabla, se muestra que el resultado del Flujo Neto de Operación del primer año es de \$ 83.215.823. Esto se obtiene de la realización del cálculo de la Utilidad Operacional, a esta se le resta los impuestos y se obtiene el valor de la Utilidad Neta y, por último, a esto se le suman la depreciación y amortización.

8.8. Flujo Neto del Proyecto

Tabla 53

Flujo neto del proyecto

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión.	\$ 151.909.563	\$ 568.918	\$ 587.977	\$ 607.674	\$ 628.031	\$ 62.960.252
Flujo Neto de Operación.		\$ 81.215.823	\$ 83.811.193	\$ 86.652.160	\$ 89.598.299	\$ 92.653.452
TOTAL NETO DEL PROYECTO	-\$ 151.909.563	\$ 80.646.905	\$ 83.223.216	\$ 86.044.486	\$ 88.970.268	\$ 155.613.704

Fuente: Elaboración propia

2

Según la tabla, se observa que el resultado del primer año de operación sería de \$ 83.646.905, es decir, que si el proyecto es llevado a cabo, sería rentable.

8.9. Valor Presente Neto (VPN)

Según los autores Welsch et al. (2005) definen al Valor Presente Neto como un

indicador que: “compara el valor actual de los flujos netos de entradas de efectivo con el valor del costo inicial, de un proyecto de desembolso de capital”

Tabla 54 VPN

TIO	19%
AÑO 1	\$ 80.646.905
AÑO 2	\$ 83.223.216
AÑO 3	\$ 86.044.486
AÑO 4	\$ 88.970.268
AÑO 5	\$ 155.613.704
VPN	\$ 287.176.492,02

Fuente: Elaboración propia

En este caso, el resultado del Valor Presente Neto (VPN), como se observa en la tabla, es de \$ 287.176.492,02 el cual fue obtenido tomando como base los valores del Flujo Neto del Proyecto de los cinco años a los cuales ha sido proyectado y teniendo en cuenta una Tasa Interna de Oportunidad del 19%.

8.10. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según Park, La TIR: “Es la tasa de interés obtenido en el saldo de inversión no recuperado de un proyecto, tal que al conducir el proyecto, el saldo recuperado sea igual a cero (0). De allí que la Tasa Interna de Retorno de un proyecto es aquella tasa de descuento que hace que la suma de los Flujos de Efectivo descontados (ingresos y egresos) sea igual a la inversión inicial”

Tabla 55 TIR

AÑO 0	-\$	152.727.855
AÑO 1	\$	80.646.905
AÑO 2	\$	83.223.216
AÑO 3	\$	86.044.486
AÑO 4	\$	88.970.268
AÑO 5	\$	155.613.704
TIR		51%

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, el valor porcentaje de la Tasa Interna de Retorno es del 51%, el cual ha sido calculado teniendo en cuenta los valores del Flujo Neto del proyecto desde el año 1 hasta el año cinco (5).

8.11. Relación Beneficio/Costo R B/C

La R B/C se define como:

“el análisis costo – beneficio es un método de toma de decisiones cuya intención es cuantificar los beneficios que se pueden obtener de un curso dado de acción, expresarlos en términos financieros (o en términos financieros equivalentes) para después deducir los costos sociales y financieros estimados con el objetivo de que los resultados del curso de acción sean evaluados, valorados y expresados en términos monetarios”. (Francis, 1976)

Tabla 56

RB/C

VPN - INGRESOS	\$ 1.261.089.393,66
VNA EGRESOS	\$ 903.544.091,03
R B / C	\$ 1,40

Fuente: Elaboración propia.

Para el, caso de este proyecto y, con base en los resultados obtenidos, el valor de la relación Beneficio/Costo, sería de 1,4%, lo cual indica que, si se lleva a cabo el proyecto, este sería rentable, dado que esto significa que por cada \$ 1 invertido en el proyecto, se obtendría como ganancia \$ 0, 4

BALANCE GENERAL		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
CAJA	\$ 62.960.252	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$ 62.960.252
ACTIVOS FIJOS		
MUEBLES Y ENSERES	\$ 106.291.599	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 21.981.598	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 128.273.197
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 5.400.000
TOTAL ACTIVOS		\$ 196.633.449
PASIVOS		
PATRIMONIO		
CAPITAL	\$ 196.633.449	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 196.633.449
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 196.633.449

Figura 22. Balance General. Fuente: Elaboración propia.

ESTADO DE RESULTADOS		
VENTAS		\$ 390.120.000
COSTO DE VENTAS		\$ 70.095.903
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 320.024.097
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 138.872.448	
GASTOS DE VENTAS	\$ 2.500.000	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$ 141.372.448
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 178.651.649
GASTOS FINANCIEROS		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 178.651.649
PROVISIÓN PARA IMPESTOS		\$ 38.456.287
UTILIDAD LIQUIDA		\$ 140.195.362
RESERVAS	10 %	\$ 14.019.536
UTILIDAD NETA A DISTRIBUIR		\$ 126.175.826

Figura 23. Estado de Resultados Fuente: Elaboración propia.

9. Fuentes de financiación

El proyecto será financiado a través de aportes de socios a los cuales se les presentará el plan, dando a conocer su factibilidad financiera y resultados del proceso de estudio. Ante esto, se planteará a dichos socios, el beneficio de dividendos como producto de su apoyo y el manejo de sus recursos económicos.

10. Conclusiones

A partir de este proyecto de Estudio de Factibilidad para la creación de un hotel que ofrecerá servicio de hospedaje a estudiantes de Educación Superior en la ciudad de Montería, es posible inferir que es una oportunidad de negocio que generará beneficios a la sociedad en general, debido a que este proyecto se enfoca en el apoyo al proceso de formación de estudiantes que se convertirán en profesionales, técnicos o tecnólogos, los cuales serán empleados o emprendedores que generarán más empleos y por lo tanto podrán contribuir con el crecimiento económico de la ciudad de Montería e incluso, el país.

Realizando un análisis de los resultados obtenidos en cada módulo, se evidencian los siguientes puntos:

A partir del estudio de mercado se ha determinado la oportunidad de llevar a cabo el proyecto, dado que la demanda del servicio es alta. Además, según las encuestas la mayoría de las personas están de acuerdo con el funcionamiento de las operaciones del hotel, es decir que hay un alto grado de nivel de aceptación.

En referencia a la oferta actual del servicio de hospedaje para estudiante, se infiere que es baja y debido a esto y al escaso cumplimiento de requerimiento del mercado objeto, por parte de la competencia (como calidad, comodidad, precios ajustables a la situación del estudiante, entre otros), la demanda insatisfecha es alta.

Sumado a lo anterior y referente a la competencia, se ha identificado que las empresas no son tan amplias, en comparación con la infraestructura física que tendrá el hotel, por lo cual, la cantidad de personas que hospedan, no exceden a 25.

Con base en el estudio técnico, se deduce que la localización óptima del hotel, será según los resultados de la encuesta, en Montería específicamente en la urbanización San Francisco.

Así mismo el tamaño de la producción sería de 1812 servicios, lo cual correspondería a la cantidad de servicios que se presentaran durante el primer año de operación.

Dicho tamaño de producción dependería, en gran parte, del tamaño de la infraestructura física del hotel, el cual constaría de 58 habitaciones, que estarían conformada en un edificio de 3 pisos.

En este orden de ideas, el proyecto es factible, en términos financieros teniendo en cuenta la relación beneficio – costo, indica que por cada peso que se invierta en el proyecto, se obtendrían \$ 0,4 como ganancia.

En el caso de la TIR, se infiere que esta sería mayor que la tasa interna de oportunidad.

11. Recomendaciones

Luego de un análisis de los resultados obtenidos, se puede inferir la factibilidad del proyecto, por lo tanto, se recomienda que se lleve a cabo el proceso de creación de un hotel dedicado a brindar servicio de hospedaje a estudiantes de Educación Superior en la ciudad de Montería.

Adicional a la determinación de la factibilidad del proyecto, se destaca la gran demanda de dicho servicio en la ciudad de Montería. Además de esto, la cantidad de estudiantes que llevan a cabo su formación académica en la capital cordobesa, es de gran magnitud, una considerable cantidad de estos reside en otras ciudades, por lo cual deben viajar o, para hacer el proceso más fácil, deben alojarse en Montería o sus alrededores.

Es preciso validar el requerimiento de un hotel cuyo servicio se dirija específicamente hacia los estudiantes de educación superior, esto no sólo representa una gran oportunidad de negocio, sino también un apoyo a la población estudiantil en su proceso, no directamente sobre la formación, pero sí sobre el impulso a partir de un medio que hace parte del proceso.

Asimismo, con la realización del proyecto se estaría contribuyendo a la generación de empleo en la ciudad, al impulso del desarrollo en pro de la educación. Y, con esto, al apoyo del desarrollo de la economía a nivel departamental y, en gran medida, a la nacional.

12. Referencias bibliográficas

Asesorías del profesor Luis Fernando Alfonzo Garzón

Baca Urbina, Gabriel (2001). *Qué es un proyecto de inversión*. Recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo2.pdf

Bolívar, Héctor (2001). *Estudios previos de un proyecto de inversión*. Recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barrera_f_me/capitulo2.pdf

Contreras B, Marco Elías. (1999). *Formulación y Evaluación de Proyectos*.
<http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/10019/1/CB-0559938.pdf>

DANE, (2019). *Producto Interno Bruto (PIB) Base 2015*. Recuperado de:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales>

De conceptos, (2019). *Concepto de comodidad*. Recuperado de:
<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/comodidad>

De conceptos, (2019). *Concepto de hotel*. Recuperado de:
<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/hotel>

Definición de, (2011). *Definición de huésped*. Recuperado de:
<https://definicion.de/huesped/>

Francis D. (1976). *Cost-Benefit Analysis and Public Library Budgets*. Library Review, (25), 5/6 pp. 189-192.

Ferrer, Jesús, (2010). *Tipos de investigación*. Recuperado de:
<http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html>

KANTIS, H.; ISHIDA, M. y KORI, M. (2002). *Creación de Empresas*. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es › descarga › articulo>

Park, (2013). *Tasa Interna de Retorno (TIR)*. Recuperado de:
<https://es.slideshare.net/augustoqf/tir-22257213>

Población estudiantil en Montería (2018). Recuperado de:
<http://poblacion.population.city/colombia/monteria/>

Sector servicios, Montería. (2019). Recuperado de:
<http://cvsaulaverde.com/administracion/documentos/201609260.56117000%201474894815PLAN-DESARROLLO-MONTERIA-2016-2019.pdf>

Sistema Nacional de la Educación Superior. (2018). *Población estudiantil matriculados en la ciudad de Montería*. Recuperado de:
http://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/content/poblacional/ies.jsf?p_anio=2018&p_semestre=2&p_variable=MATRICULADO&p_depto=CO-COR

UPB, (2018). *Sobre la ciudad de Montería*. Recuperado de:

<https://www.upb.edu.co/es/universidad/nuestro-campus/sobre-la-ciudad/monteria>

Welsch, Glenn A., Ronald W. Hilton, Paul N. Gordon, and Carlos Noverola. 2005.

Presupuestos Planificación Y Control. Recuperado de:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8816/1/ECUACE-2016-EC-CD00012.pdf>

13. Anexos

13. 1. Reglamento interno de trabajo

La Empresa EL UNIVERSITARIO S.A.S, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de MONTERÍA, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

Capítulo I

Objeto social de la organización y objetivo del reglamento

Art.- 1. Objeto general. - EL UNIVERSITARIO S.A.S, tiene como objetivo principal es la prestación de servicio de HOSPEDAJE ESTUDIANTIL, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art.- 2. Objeto del reglamento. - El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular, en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre EL UNIVERSITARIO

S.A.S, y SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

Capítulo II

Vigencia, conocimiento, difusión, alcance y ámbito de aplicación

Art.- 3. Vigencia. - Este reglamento Interno comenzará a regir desde el año 2019 fecha en que es aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

Art.- 4. Conocimiento y difusión. - La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Art.- 5. Órdenes legítimas. - Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Art.- 6. Ámbito de aplicación. - El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa EL UNIVERSITARIO S.A.S

Capítulo III

Del representante legal

Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente, le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto.

Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal.

Capítulo IV

De los trabajadores, selección y contratación de personal

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de EL UNIVERSITARIO S.A.S a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado.

Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los números telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a) Hoja de vida actualizada.
- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.

d) Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.

e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.

f) Dos fotografías actualizadas tamaño carné.

g) Formulario de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.

h) Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación, si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes

presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

Capítulo V

De los contratos

Art.- 14. Contrato escrito. - Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.

Art.- 15. Periodo de prueba. - Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.

Art.- 16. Tipos de contrato. - De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

Capítulo VI

Jornada de trabajo, asistencia del personal y registro de asistencia

Art.- 17. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Art.- 18. De conformidad con la ley, éstos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de El Universitario S.A.S

Art.- 19. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve.

Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 20. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 21. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

Art.- 22. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Art.- 23. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.

Art.- 24. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Art.- 25. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 26. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 27. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
- b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 28. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 29. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 30. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la

omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 31. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo.

El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 32. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

Capítulo VII

De las vacaciones, licencias, faltas, permisos y justificaciones

De las vacaciones.

Art.- 33. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 34. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los Jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Art.- 35. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

De las licencias.

Art.- 36. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinados en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a. Por motivos de maternidad y paternidad
- b. Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c. Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.

- d. Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, como por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 37. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

De los permisos.

Art.- 38. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

Capítulo IX

De la remuneración y períodos de pago

Art.- 39. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 40. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 41. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.
- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador, así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 42. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 43. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de

ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

Capítulo X

Índices mínimos de eficiencia

Art.- 44. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 45. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

Capítulo XI

De las becas, cursos, seminarios, eventos de capacitación y entrenamiento en general

Art.- 46. El departamento de Recursos Humanos de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Departamento de Recursos Humanos y/o su Representante.

Capítulo XII

Traslados y gastos de viaje

Art.- 47. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 48. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Art.- 49. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

Capítulo XIII

Lugar libre de acoso

Art.- 50. Lugar De Trabajo Libre De Acoso. - La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 51. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 52. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 53. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 54. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia, queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

Capítulo XIV

Obligaciones, derechos y prohibiciones del trabajador

De las obligaciones.

Art.- 55. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de El Universitario S.A.S, las del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

1. Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.
2. Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;
3. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
4. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
5. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
6. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
7. Velar por los intereses de El Universitario S.A.S y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos

exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.

8. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de El Universitario S.A.S o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.

9. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.

10. Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.

11. Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.

12. Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.

13. Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.

14. Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
15. Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de El Universitario S.AS, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.
16. Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.
17. Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
18. Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
19. Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
20. Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
21. Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
22. Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de

emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.

23. Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
24. En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.
25. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
26. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
27. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
28. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

De los derechos.

Art.- 56. Serán derechos de los trabajadores de EL UNIVERSITARIO S.A.S

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.

- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.
- g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos, disposiciones y normas de EL UNIVERSITARIO S.A.S

De las prohibiciones.

Art.- 57. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.

b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga

algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.

c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.

d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.

e) Encargar a otro trabajador o a terceros personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.

f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.

g) Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.

h) Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.

i) Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;

j) Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.

k) Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.

l) Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.

m) Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.

n) Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.

o) Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubiere lugar.

p) Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.

q) Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.

r) Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.

s) Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.

t) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.

u) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.

v) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.

w) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.

x) Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.

y) Fumar en el interior de la empresa.

z) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicos de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;

aa) Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.

bb) Ingresar televisores y cualesquiera otros artefactos que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.

cc) Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográfico o lesivo, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.

dd) Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar;

ee) Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.

ff) Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.

gg) Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador.

hh) Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa.

- ii)** Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo
- jj)** Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación, así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
- kk)** Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- ll)** Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- mm)** Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- nn)** Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- oo)** Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

Capítulo XVI

De las personas que manejan recursos económicos de la empresa

Art.- 58. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente

responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 59. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de cajas provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

Capítulo XVII

Del régimen disciplinario

Art.- 60. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Art.- 61. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 62. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

a) Amonestaciones Verbales;

b) Amonestaciones Escritas;

c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;

d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

De las sanciones pecuniarias - multas

Art.- 63. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla.

Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 64. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 65. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

De las faltas en general

Art.- 66. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

De las faltas leves.

Art.- 67. Se considerarán faltas leves, las siguientes:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d) Los trabajadores que, durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.
- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otra disposición de este reglamento sea sancionada con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.
- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

De las faltas graves.

Art.- 68. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento. Serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.

b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.

c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.

d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.

e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.

f) Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.

g) Encubrir la falta de un trabajador.

h) No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.

i) Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.

j) Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.

k) Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.

l) Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;

m) Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;

n) Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.

o) Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.

p) Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.

q) Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las

metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado.

r) Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.

s) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.

t) Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.

u) Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.

v) Se considerará falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

Capítulo XVIII

De la cesación de funciones o terminación de contratos

Art.- 69. Los trabajadores de EL UNIVERSITARIO S.A.S cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

a) Por las causas legalmente previstas en el contrato

- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 70. El trabajador que termine su relación contractual con EL UNIVERSITARIO S.A.S, por cualquiera de las causas determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

Capítulo XIX

Obligaciones y prohibiciones para la empresa

Art.- 71. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.

- b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 72. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

Capítulo XX

Seguridad e higiene

Art.- 78. Se considerará falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

Disposiciones generales

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

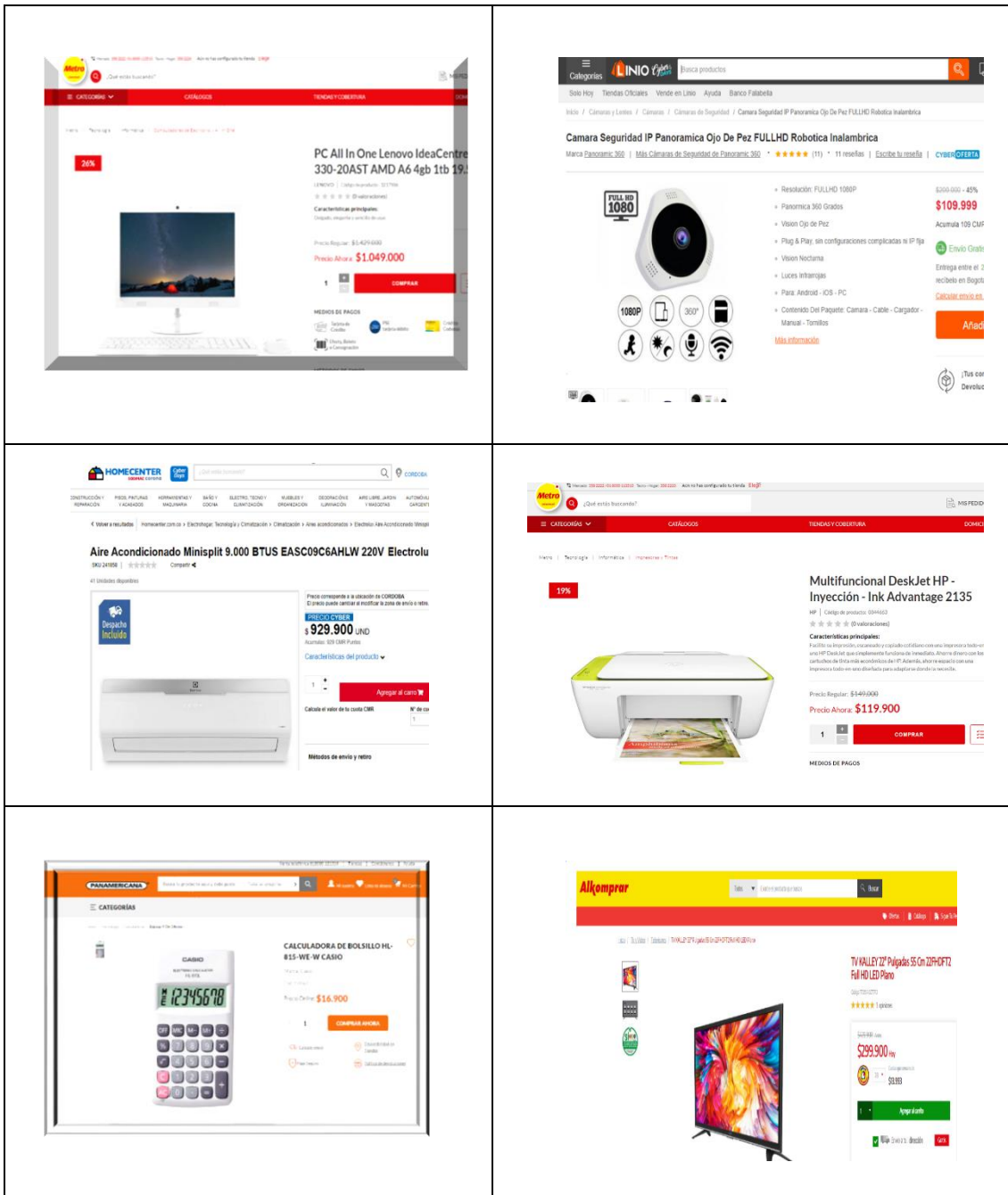
Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de El Universitario S.A.S.

13.2. Cotizaciones





HomeCenter mejores ofertas

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN | PISOS, PINTURAS Y ACABADOS | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA | BAÑO Y COCINA | ELECTRO, TÉCNICO Y SUMINISTROS | VESTIBULOS Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN Y ILUMINACIÓN | JARDIN Y PASADIZOS | AUTO

← Volver a resultados | HomeCenter con CO > Baño y Cocina > Cocina > Neveras y Neveras con Congelador > Neveras Convencionales > Frost Nevera convencional Frost 1

Nevera convencional Frost 150 Litros Titano C 150 CE 1P TI Haceb

SKU 23802 | ★★★★★ | Comparar

128 Unidades disponibles

PRECIO CORRESPONDIENTE A LA UBICACIÓN DE CONDOMINIO. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío.

\$577.900 UND

Acomodar: 011 Cans Puntos

Características del producto

1 + Agregar al carrito

Calcula el valor de la cuota CMR

Métodos de envío y retiro

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Ver disponibilidad
- Despacho incluido

HomeCenter mejores ofertas

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN | PISOS, PINTURAS Y ACABADOS | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA | BAÑO Y COCINA | ELECTRO, TÉCNICO Y SUMINISTROS | VESTIBULOS Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN Y ILUMINACIÓN | JARDIN Y PASADIZOS | AUTO

← Volver a resultados | HomeCenter con CO > Baño y Cocina > Cacer y Utensilios > Sartenes, Planchas y Vaso > Casa Bonita Set x3 Sartenes ar

Set x3 Sartenes antiadherentes Casa Bonita

MODELO LARVE | SKU 122000 | ★★★★★ | Comparar

1.674 Unidades disponibles

PRECIO AÚN MÁS BAJO

PRECIO CORRESPONDIENTE A LA UBICACIÓN DE CO. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío.

\$34.900 UND

Acomodar: 34 Cans Puntos

Características del producto

1 + Agregar al carrito

Calcula el valor de la cuota CMR

Métodos de envío y retiro

- Límite a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

pregunta por tu garantía extendida

\$82.900

\$3.316

HomeCenter mejores ofertas

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN | PISOS, PINTURAS Y ACABADOS | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA | BAÑO Y COCINA | ELECTRO, TÉCNICO Y SUMINISTROS | VESTIBULOS Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN Y ILUMINACIÓN | JARDIN Y PASADIZOS | AUTO

← Volver a resultados | HomeCenter con CO > HERRA COCINA Natural 30cm Exterior Antiadherente Cereza con Tapa de Vidri

Caldero Natural 30cm Exterior Antiadherente Cereza con Tapa de Vidri

MODELO 0081024798 | SKU 200844 | ★★★★★ | Comparar

5 Unidades disponibles

PRECIO CORRESPONDIENTE A LA UBICACIÓN DE CONDOMINIO. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío.

\$49.900 UND

Acomodar: 48 Cans Puntos

Características del producto

1 + Agregar al carrito

Calcula el valor de la cuota CMR

Métodos de envío y retiro

- Envío a domicilio

HomeCenter mejores ofertas

¿Qué estás buscando?

CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN | PISOS, PINTURAS Y ACABADOS | HERRAMIENTAS Y MAQUINARIA | BAÑO Y COCINA | ELECTRO, TÉCNICO Y SUMINISTROS | VESTIBULOS Y ORGANIZACIÓN | DECORACIÓN Y ILUMINACIÓN | JARDIN Y PASADIZOS | AUTO

← Volver a resultados | HomeCenter con CO > HERRA COCINA Natural 30cm Exterior Antiadherente Cereza con Tapa de Vidri

Set X 4 Unidades

PRECIO CORRESPONDIENTE A LA UBICACIÓN DE CONDOMINIO. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío.

\$6.900 UND

Acomodar: 4 Cans Puntos

Características del producto

1 + Agregar al carrito

Calcula el valor de la cuota CMR

Métodos de envío y retiro

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Set X 4 Unidades

PRECIO CORRESPONDIENTE A LA UBICACIÓN DE CONDOMINIO. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío.

\$6.900 UND

Acomodar: 4 Cans Puntos

Características del producto

1 + Agregar al carrito

Calcula el valor de la cuota CMR

Métodos de envío y retiro

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas

Set X 4 Unidades

PRECIO CORRESPONDIENTE A LA UBICACIÓN DE CONDOMINIO. El precio puede cambiar al modificar la zona de envío.

\$6.900 UND

Acomodar: 4 Cans Puntos

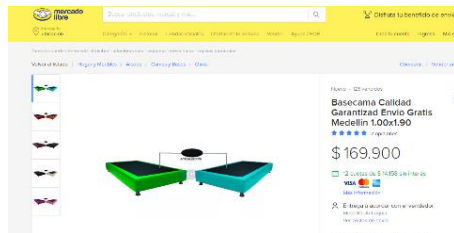
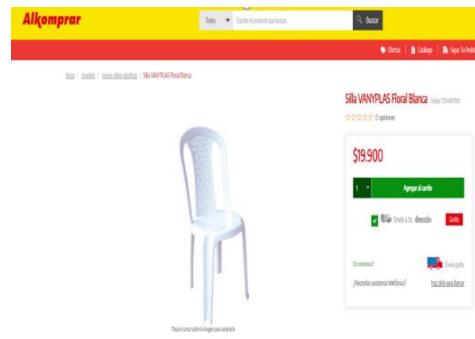
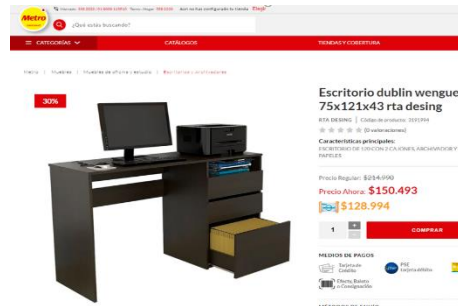
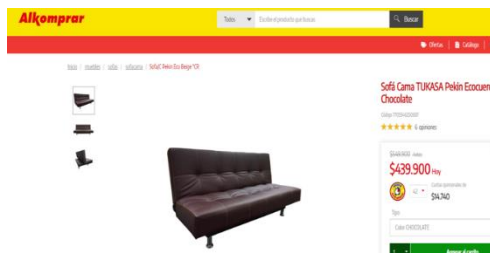
Características del producto

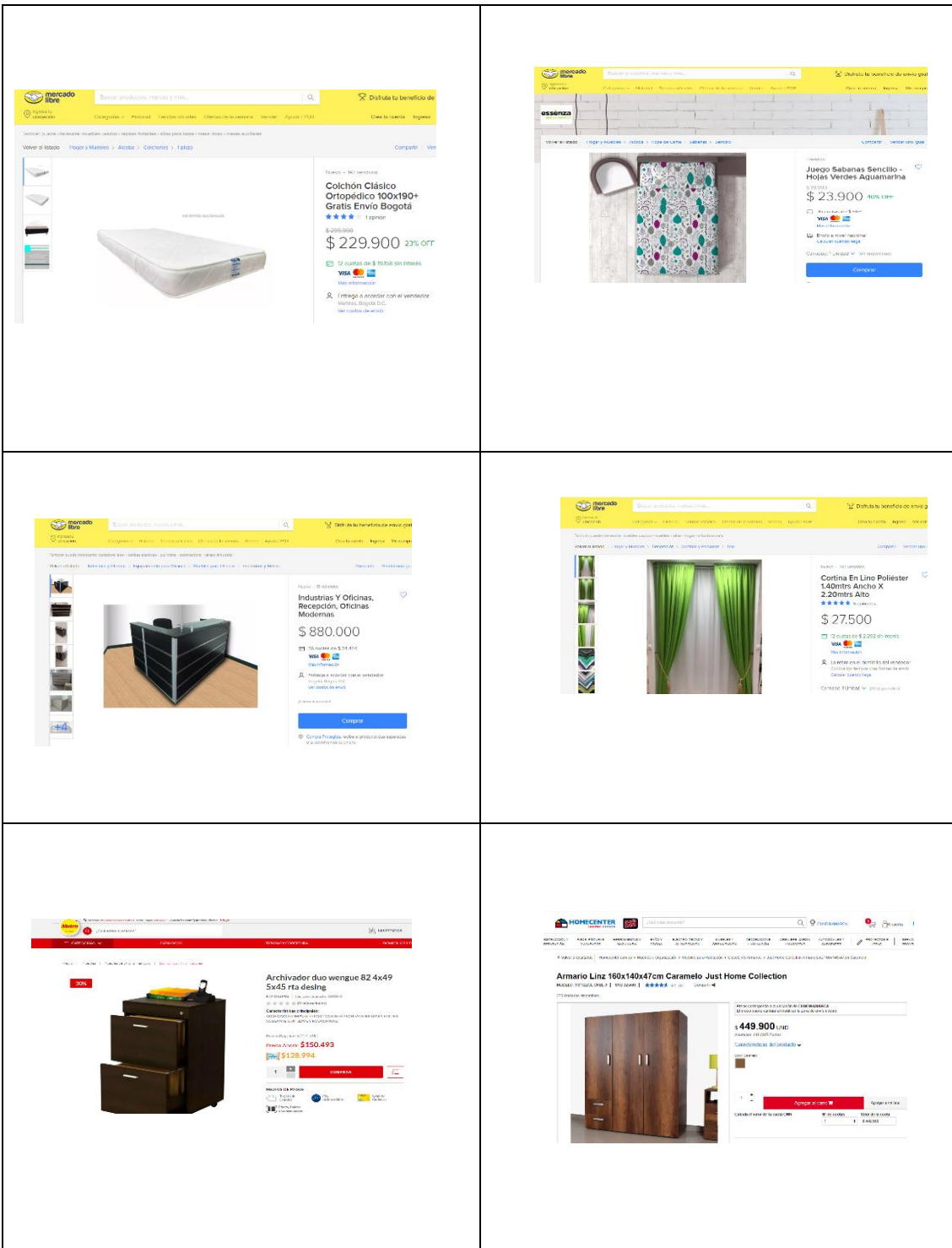
1 + Agregar al carrito

Calcula el valor de la cuota CMR

Métodos de envío y retiro

- Envío a domicilio
- Retira tu compra en tienda
- Disponibilidad en tiendas





Jabón Líquido Para Manos Olor A Manzana X1 Litro

precio insuperable

\$4.712

COMPRAR

Guante Limpiya negro talla 7 1/2

\$3.990

COMPRAR

MEDIOS DE PAGOS

Detergente Rindex multicarbonato limón x 2 000g

\$6.573

COMPRAR

MEDIOS DE PAGOS

Silla Gerente Verona Just Home Collection

\$119.900

COMPRAR

MEDIOS DE PAGOS

Limpiador Máxima desinfectante lavanda x 5000 ml

\$9.390

COMPRAR

MEDIOS DE PAGOS

Balde Para Trapear Traperos Con Escurreidor Amarillo 20 Lts

\$144.900

COMPRAR

MEDIOS DE PAGOS

Blanqueador Máxima desinfectante floral x 4000ml
 MÁXIMA XP | Código de barras: 8232021
 30 x 30 x 40 x 30 cm

Características principales:
 1400 ml de producto con 4 meses de vida útil en spray y 1400 ml de producto en polvo para lavar ropa.

Precio Ahora: \$6.190 (unidades x \$6.190)

ME DIOS DE PAGOS:
 Tarjetas de Crédito, Crédito Contable, Cuentas de Corriente, Cuentas de Ahorro

ME DIOS DE ENVÍO:
 Envío a Domicilio, Envío a Punto de Venta

Trapero encabado Arcoaseo Task
 ARCOASEO | Código de barras: 8232021
 30 x 30 x 40 x 30 cm

Características principales:
 Longitud: 140 cm. Ancho: 10 cm. Altura: 10 cm.

Precio Ahora: \$9.390 (unidades x \$9.390)

ME DIOS DE PAGOS:
 Tarjetas de Crédito, Crédito Contable, Cuentas de Corriente, Cuentas de Ahorro

ME DIOS DE ENVÍO:
 Envío a Domicilio, Envío a Punto de Venta

Papel Higiénico Familia Familiar X 12 Rollos
 Familia Familiar | Código de barras: 8232021
 30 x 30 x 40 x 30 cm

Características principales:
 12 rollos de 120 cm x 10 cm. 120 hojas por rollo.

Precio Ahora: \$8.880 (unidades x \$8.880)

ME DIOS DE PAGOS:
 Tarjetas de Crédito, Crédito Contable, Cuentas de Corriente, Cuentas de Ahorro

ME DIOS DE ENVÍO:
 Envío a Domicilio, Envío a Punto de Venta

Combo escoba + recogedor
 ETERNA | Código de barras: 8232021
 30 x 30 x 40 x 30 cm

Características principales:
 Escoba de 140 cm. Recogedor de 10 cm.

Precio Ahora: \$10.390 (unidades x \$10.390)

ME DIOS DE PAGOS:
 Tarjetas de Crédito, Crédito Contable, Cuentas de Corriente, Cuentas de Ahorro

ME DIOS DE ENVÍO:
 Envío a Domicilio, Envío a Punto de Venta

13.3. Empresas oferentes



13.4. Sobrecostos.

Cesantías	8,33%
Prima	8,33%
Interés sobre cesantías	1%
Vacaciones	4,17%
Total	21,83%
Salud	12%
Pensión	12%
ARL	1,04%
Total	25,04%
ICBF	3%
Caja de compensación	4%
Sena	2%
Total	9%
Total prestaciones	55,87%